



Werte teilen, um Wert zu schaffen

Soziale Verantwortung des Unternehmens
BERICHT 2013

FERRERO

Werte teilen, um Wert zu schaffen

Soziale Verantwortung des Unternehmens

BERICHT 2013



Giovanni, Michele und Maria Franca Ferrero

FERRERO

60er Jahre: Der Ferrero-Bus, der Mitarbeiter aus den ländlichen Gegenden ins Werk bringt: so konnten viele Bauern in der Fabrik arbeiten und trotzdem ihre Anwesen auf dem Land weiter bewirtschaften.



2012: letzte Arbeitsschritte bei der Herstellung von Tic Tac® in der Impresa Sociale Ferrero (Soziale Unternehmen Ferrero) in Indien (Baramati). Die Imprese Sociali Ferrero verbinden unternehmerischen Geist und soziales Engagement: sie bieten Menschen Beschäftigung, die in Schwellenländern in weniger begünstigten Gegenden leben und bieten ihnen Würde, Chancen und eine berufliche Ausbildung. Die Imprese Sociali Ferrero schaffen eine Arbeitskultur, Quelle wirtschaftlichen Fortschritts und eine Plattform für soziale Entwicklung.



2020: Umsetzung eines globalen Energie-Aktionsplans, der dem aktuellen Bedarf gerecht wird, ohne sich negativ auf zukünftige Generationen und deren Bedarf auszuwirken.



„Ich verspreche, alle meine Handlungen und Absichten unserem Unternehmen zu widmen, damit es seinen Weg nach dem Beispiel meines Vaters und meines Onkels fortsetzen kann; gleichzeitig versichere ich Ihnen, dass ich erst dann zufrieden sein werde, wenn ich Ihnen und Ihren Kindern eine sichere, unbeschwerte Zukunft garantieren kann.“

**Oktober 1957, Michele Ferrero
in einem Schreiben an die Mitarbeiter, als er
die Leitung des Unternehmens übernahm.**

Zum vorliegenden CSR-Bericht

Ziel des vorliegenden CSR-Berichtes ist es, die Strategie zur sozialen Verantwortung und Nachhaltigkeit der Ferrero-Gruppe und die entsprechenden, weltweiten Aktivitäten für den Zeitraum 1. September 2012 bis 31. August 2013 darzustellen. Zusätzlich zu den in den früheren CSR-Berichten dargestellten Zielen wurden die Themen für den vorliegenden Bericht nach ihrer Bedeutung für die Ferrero-Gruppe ausgewählt. Dabei wurden auch die Meinungen der wichtigsten Kooperationspartner berücksichtigt.

Außerdem enthält der CSR-Bericht ein Kapitel mit der Überschrift „Große Marken“, in dem Kinder® Schokolade ein Schwerpunktthema ist. Zusätzlich findet man in der italienischen und in der englischen Version des CSR-Berichts einen Appendix mit Länderportraits von Kanada und Russland.

Weitere Informationen zu unseren Produkten und den Ländern, in denen wir tätig sind, finden Sie im dritten und vierten CSR-Bericht, die beide unter www.ferrerocsr.com zur Verfügung stehen.

Verfasst wurde der CSR-Bericht vom Institutional Affairs, Public Relations & Corporate Communication Office (csr@ferrero.com) unter Einhaltung der „Sustainability Reporting Guidelines“ (Version 3.1, 2011) und dem „Food Processing Sector Supplement“, die beide von der Global Reporting Initiative (GRI) erarbeitet wurden und folgende Referenzrichtlinien berücksichtigen:

- » die zehn Global Compact-Prinzipien der Vereinten Nationen
- » der ISO-Leitfaden 26000:2010 (International Standard Organisation) zur gesellschaftlichen Verantwortung
- » die Richtlinien der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) für multinationale Unternehmen

Im Berichtszeitraum:

- » die beiden neuen Produktionsstätten in der Türkei (März 2013) und Mexiko (Mai 2013) nahmen ihren Betrieb auf;
- » die Ferrero-Gruppe übernahm 100 % des Haselnussgeschäftes der Stelliferi-Gruppe für Verarbeitung und Vertrieb natürlicher, hochwertiger Haselnüsse. Außerdem schloss die Ferrero-Gruppe ein Joint Venture mit der Stelliferi-Gruppe, das die Zubereitung und den Verkauf gerösteter Haselnüsse einschließlich der verschiedenen Verarbeitungsstufen umfasst. Dieses Joint Venture wird im vorliegenden CSR-Bericht nicht berücksichtigt.

Diese Ereignisse wirken sich lediglich auf die Daten aus, die im Kapitel „Die Menschen bei Ferrero“ dargestellt sind. Dies als auch die Tatsache, dass die landwirtschaftlichen Betriebe zum ersten Mal bei der Gesamtmitarbeiterzahl berücksichtigt wurden, ergibt eine begrenzte Vergleichbarkeit mit den Daten der vorhergehenden CSR-Berichte.

Die GRI-Prüfung ergab, dass der vorliegende Bericht dem GRI-Level A+ entspricht.

Die unabhängige Überprüfung wurde durch Deloitte vorgenommen.

Dieser CSR-Bericht steht auch online zur Verfügung, unter www.ferrerocsr.com. Dort sind auch die vorhergehenden CSR-Berichte zu finden, die im Juni 2010, Juni 2011, Juli 2012 bzw. Juli 2013 veröffentlicht wurden. CSR-Berichte werden auch weiterhin jährlich veröffentlicht.



Inhalt

Brief des CEO	8
Die 4 Pfeiler der sozialen Verantwortung von Ferrero	11
1. Unsere Produkte	15
2. Die Fondazione Ferrero	51
3. Die Imprese Sociali Ferrero	65
4. Kinder+Sport	77
Die Ferrero-Gruppe	89
Die Menschen bei Ferrero	113
Nachhaltige landwirtschaftliche Praktiken	141
Minimierung der Umweltauswirkungen	171
Anhang I – Kinder Schokolade im Fokus	203
Anhang II – Expo Mailand 2015	215
GRI Indicators	220
Unabhängige Prüfung durch Deloitte	230



Giovanni Ferrero
CEO Ferrero International

Brief des CEO

Dank des Einsatzes der Menschen bei Ferrero und des Vertrauens, das die Konsumenten unseren Produkten entgegenbringen, verzeichnete die Ferrero-Gruppe 2012/13 trotz der immer noch schwierigen Lage auf den europäischen Märkten weiterhin Wachstum und einen Umsatzzuwachs von 5% gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

Dieser Erfolg lässt sich auch auf die außerordentlich dynamische Entwicklung auf den neuen Märkten zurückführen, etwa in Asien, Russland, USA, Australien, Kanada, Brasilien und Argentinien.

Unsere Produktionskapazitäten wurden weiter ausgebaut und umfassen nach der Eröffnung der Werke in Mexiko und der Türkei nun 20 Produktionsstandorte.

Die Ferrero-Gruppe hat erneut Investitionen in Höhe von fast 6% des Umsatzes für den Ausbau der Produktionseinrichtungen bereitgestellt. Gleichzeitig haben wir unser starkes Engagement aufrechterhalten, die Umweltauswirkungen weiter zu verringern: seit 2009 sind unsere CO₂-Emissionen aus Produktionsaktivitäten pro Produkteinheit um mehr als 32% gesunken, der Wasserverbrauch um mehr als 26%.

Bei den Rohstoffen wenden wir weiterhin dieselben grundlegenden Auswahlkriterien an: hochwertige Qualität, Achtung der Menschenrechte und Nachhaltigkeit.

Die herausfordernden Rückverfolgbarkeits- und Nachhaltigkeitsziele verfolgen wir mit großer Hartnäckigkeit durch die Beschaffungsketten aller unserer wichtigsten landwirtschaftlichen Rohstoffe. Unsere Produkte werden in mehr als 160 Ländern der gesamten internationalen Gemeinschaft vertrieben.

Wir sind in einem globalen Umfeld tätig, in dem Änderungen im Wettbewerb inzwischen extrem schnell eintreten. Daher stehen wir ständig vor schwierigen, spannenden Herausforderungen, die wir mithilfe von drei grundlegenden Prinzipien bewältigen, die allen Aktivitäten der Ferrero-Gruppe zugrunde liegen:

- mehr und mehr innovative Produkte anzubieten;*
- aufmerksam Kundenwünsche zu erfüllen;*
- unser ethisches Engagement kontinuierlich auszubauen, das die Basis unserer Unternehmenskultur darstellt.*

Das Innovative in unseren Produkten, auf das wir genauso viel Wert legen wie auf die Qualität, besteht in der Kombination aus modernen Verfahren und der schon immer dagewesenen Leidenschaft, die in allen Stufen unserer Wertschöpfungskette vorhanden ist – von der Forschung über die Entwicklung bis hin zum Endprodukt.

Wir widmen uns unseren Kunden mit Authentizität und Integrität. Wir sind uns der vertrauensvollen Beziehung bewusst, die sie zu unseren Marken haben: wir legen Wert auf die Qualität dieser Beziehungen und auf die Transparenz unserer Kommunikation.

Wir sind stolz darauf, die Erwartungen unserer Konsumenten zu erfüllen, denn wir betrachten sie als die wahren Botschafter unserer Marken. Ethisches Bewusstsein hat dabei schon immer unser Handeln bestimmt. Wir glauben stark an die soziale Verantwortung der Gruppe. Wir beweisen sie täglich durch die Sorgfalt, mit der wir die Beziehung zwischen den Kunden und unseren Marken handhaben, sowie durch den Respekt für die Männer und Frauen, die für uns arbeiten oder für uns gearbeitet haben.

Das beweisen wir auch durch den Schutz der Menschenrechte und den Kampf gegen Kinderarbeit, durch die nachhaltige Beschaffung unserer Rohstoffe, den Schutz der Umwelt und den Kampf gegen Korruption und Fehlverhalten.

Außerdem engagieren wir uns für die Unterstützung von Programmen, die Bewegung fördern und Übergewicht vermeiden, insbesondere bei Kindern und Jugendlichen.

Soziale Verantwortung Tag für Tag mit Ausdauer, Leidenschaft und Geduld umzusetzen, heißt für uns, sich auch weiterhin für die Umsetzung unserer Werte zu engagieren!

Wir sind davon überzeugt, dass unsere Aktivitäten im Rahmen der sozialen Verantwortung des Unternehmens ebenso wie der Wert unserer Marken wesentliche Elemente für die Stabilität unserer Entwicklung und unseres Wachstums sind.

Viel Spaß beim Lesen!

Juli 2014



Giovanni Ferrero
Chief Executive Officer
Ferrero International



Die 4 Pfeiler der sozialen Verantwortung von Ferrero



Die 4 Pfeiler der sozialen Verantwortung von Ferrero



Unser Modell basiert auf vier Pfeilern:

UNSERE PRODUKTE

Bei ihrer Herstellung stehen die Bedürfnisse und die Sicherheit der Verbraucher im Mittelpunkt, erzielt durch kontinuierliche Innovation, ausgezeichnete Qualität, einzigartige Produktionsmethoden, Frische und Attraktivität der Produkte.

DIE FONDAZIONE FERRERO IN ALBA (STIFTUNG)

Die Stiftung hat zwei Ziele: Zum einen will sie sich um ehemalige Ferrero-Mitarbeiter kümmern und zum anderen kulturelle und künstlerische Initiativen fördern, die einen Bezug zu Alba und dem Piemont herstellen.

DIE IMPRESE SOCIALI FERRERO

Imprese Sociali (Soziale Unternehmen) sind bereits in Indien, Südafrika und Kamerun aktiv. Sie haben zum einen das Ziel, neue Arbeitsplätze zu schaffen und zum anderen, Projekte und Initiativen umzusetzen, um die Gesundheit und Bildung von Kindern an den Standorten der Produktionsstätten zu fördern.

KINDER+SPORT

Ein edukatives Programm von Ferrero, das einen aktiven Lebensstil bei Kindern und Jugendlichen fördert, um einem bewegungsarmen Lebensstil vorzubeugen, da dieser erheblich zum Übergewicht im Kindes- und Erwachsenenalter beitragen kann.

In seinem gesamten Handeln gewährleistet Ferrero immer die umfassende Achtung der Menschenrechte, wozu auch der Kampf gegen Kinderarbeit gehört, die Einhaltung des Umweltschutzes und die Bekämpfung von Korruption und Fehlverhalten.



Titelseiten der Unterlagen zum 1., 2. und 3. Symposium zu sozialen Themen, die 1961, 1962 und 1963 in Alba vom „Centro Studi Sociali der P. Ferrero & C.“ organisiert wurden.



1. Unsere Produkte



Unsere Produkte

Die Wertschöpfungskette unserer Produkte: eine verantwortungsvolle Aufgabe

REZEPTUR

- Kontinuierliche Innovation
- Produkte für alle Anlässe
- Produkte für Kinder
- Kleine Portionen
- Keine gehärteten pflanzlichen Öle oder Fette
- Keine Konservierungsstoffe
- Einzigartiger Geschmack eines jeden Produktes

ROHSTOFFE

- Qualität und Frische
- Nachhaltige und ethische Beschaffung
- Tierschutz
- Rückverfolgbarkeit und Sicherheit
- Bewertung und Monitoring von Rohstofflieferanten
- Code of Business Conduct

KONSUMENTEN

- Verantwortungsvolle Kommunikation in der Werbung
- Hinweise zur korrekten Entsorgung der Verpackung
- Produkte mit Spielzeug-Überraschung: der Wert von Spielen und Sicherheit

PRODUKTION

- Zertifizierung von Qualität und Lebensmittelsicherheit
- Umweltschutz und Eigenproduktion von Energie
- Optimierung natürlicher Ressourcen und Abfallwiederverwertung
- Arbeitssicherheit
- Die 5R unserer Verpackungsstrategie: remove (entfernen), reduce (reduzieren), recycle (wiederverwerten), re-use (wiederverwenden), renew (erneuern)

POINT OF SALE

- Große Marken in kleinen Portionen, individuell verpackt
- Transparente Lebensmittelinformationen
- Frische: Sommerpause bei vielen unserer Produkte

LOGISTIK

- Integrierte und ökologisch nachhaltige Logistik
- Optimierung der gefahrenen Strecken
- Energieeinsparungen in unseren Lagern



Charakteristisches Merkmal der Ferrero-Gruppe ist die Leidenschaft für unsere Produkte, stets darauf ausgerichtet, unsere Kunden zufrieden zu stellen.

Dazu verpflichten wir uns, kontinuierlich und kompromisslos nach höchster Qualität zu streben und investieren dazu langfristig in unsere Marken.

Die folgenden Seiten, die **unseren Produkten** gewidmet sind, beleuchten daher alle Facetten der Qualität:

- **Qualität der Marken:** sorgfältige Rohstoffauswahl, Verzicht auf gehärtete pflanzliche Öle oder Fette, Verzicht auf Zusatzstoffe, Kreation eines einzigartigen und außergewöhnlichen Geschmacks, ausgewogene Portionen zur angemessenen Kalorienzufuhr, Verpackungen, die Produkte auch unter schwierigen klimatischen Bedingungen frisch halten, Überwachung der Produkte bis zum Point of Sale und Verzicht auf den Verkauf in den Sommermonaten;
- **Qualität der Rückverfolgbarkeit und Sicherheit:** kontinuierliche Kontrolle von Rohstoffen und Produkten durch physikalisch-chemische, mikrobiologische und sensorische Analysen, eine sorgfältige Auswahl, Inspektionen und Lieferanten-Audits, Zertifizierung der Produktionsstätten durch Dritte sowie Weitergabe und Einbindung der Qualitätskontrolldaten;
- **Qualität der Spielzeug-Überraschungen:** Design und Produktion von Kleinspielzeugen, die die kognitive, emotionale, soziale und motorische Entwicklung fördern und höheren Sicherheitsanforderungen entsprechen als die nationalen Vorschriften in den Ländern vorsehen, in denen sie vertrieben werden; außerdem regelmäßige Audits und Zertifizierungen der Spielzeuge;
- **Qualität der Kommunikation:** keine an Kinder unter 12 Jahren gerichtete Werbung, Überwachung dieser Verpflichtung durch Dritte, transparente Kommunikation und Information für Verbraucher sowie eine informative Lebensmittelkennzeichnung in Einklang mit den entsprechenden Vorschriften.

Wir streben danach, mit Engagement und Leidenschaft die Qualität unserer Produkte zu gewährleisten, weil wir uns der Verantwortung gegenüber denjenigen bewusst sind, **die im Zentrum unserer Aufmerksamkeit stehen: unsere Konsumenten.**

Große Marken in kleinen Portionen

Ferrero-Produkte gehören zu den beliebtesten Süßwaren weltweit, hergestellt unter Wahrung handwerklicher Tradition.

Beim Thema Ernährung sind nach der Mehrheit der meisten Forscher und Wissenschaftler drei Prinzipien von größter Bedeutung:

1. Abwechslungsreiche Ernährung
2. Verzehr moderater Mengen
3. Regelmäßige, moderate Bewegung

Die Ernährungsstrategie von Ferrero basiert auf diesen drei Prinzipien und lässt sich wie folgt zusammenfassen:

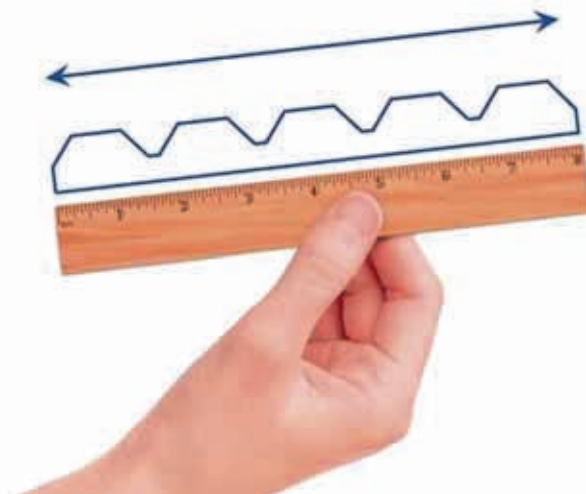
- Ernährung ist das Ergebnis aller verzehrten Lebensmittel – von „guten“ oder „schlechten“ Lebensmitteln zu sprechen, entbehrt einer wissenschaftlicher Grundlage;
- Für die angemessene Aufnahme von Lebensmitteln wird die **Portionsgröße** immer stärker als der entscheidende Faktor betrachtet. Ferrero hat seine Produkte schon immer in vorverpackten Portionen in höchster Qualität angeboten;
- Gemeinsam mit sportlicher Aktivität ist eine **abwechslungsreiche Ernährung**, die keine Vorschriften machen oder „bestrafen“ will, entscheidend, um:
 - ein positives psychisches und physisches Gleichgewicht zu entwickeln;
 - gemeinsame Momente mit der Familie oder Freunden zu einem Genuss zu machen;
 - richtige Ernährungsgewohnheiten zu entwickeln und beizubehalten;
- das Frühstück ist entscheidend für eine ausgewogene Ernährung. Schmackhafte Produkte tragen dazu bei, die schlechte Angewohnheit zu bekämpfen, das Frühstück auszulassen, und verbessern somit die Qualität der Ernährung insgesamt;
- inzwischen ist es wissenschaftlich anerkannt, die tägliche Zufuhr von Nahrungsmitteln auf fünf oder mehr Mahlzeiten zu verteilen;
- von diesen fünf Mahlzeiten sollten die beiden Zwischenmahlzeiten (Between Meals Eating Episodes – BMEE) vor allem aus schmackhaften Produkten mit einer geringen Kalorienzufuhr pro Portion bestehen;
- eine gute Ernährung muss mit **regelmäßiger Bewegung** kombiniert werden, damit ihre Vorteile voll zur Geltung kommen;
- Aufklärung in Ernährungsfragen sollte bereits in jungen Jahren erfolgen, damit sich jeder auf Basis wissenschaftlich belegter Informationen über die eigenen Ernährungsgewohnheiten bewusst werden kann;
- Informationen, die an Verbraucher gerichtet sind, müssen vollständig, genau und objektiv sein;



- Rezepturen, die traditionell bereits aus Zutaten bestehen, die Ballaststoffe und Mikronährstoffe wie etwa Vitamine und Mineralstoffe enthalten, machen es überflüssig, sie künstlich hinzuzufügen.

Die Ernährungsstrategie von Ferrero findet Anwendung in Produktionspraktiken, die Tag für Tag durch strenge interne Vorschriften umgesetzt werden. Die wichtigsten sollen hier genannt werden:

- **sorgfältige Auswahl aller Rohstoffe** unter qualitativen, ethischen und ökologischen Gesichtspunkten, angefangen von Milch, Haselnüssen, Kakao bis hin zu Eiern und Kaffee;
- **einen einzigartigen geschmacklichen Charakter** für jedes Produkt zu erzeugen, indem verschiedene natürliche Zutaten wie Zucker, Fette und Milch höchster Qualität, Kaffee, Kakao und Haselnüsse, die direkt in den Ferrero-Werken ausgewählt und geröstet werden, aufeinander abgestimmt und vermischt werden;
- **Produkte in kleinen, individuell verpackten Portionen**, was zu einer geringeren Aufnahme von Zucker und Fetten führt;
- ein eigener Ingenieurbereich sorgt für die technische Entwicklung der Produktion und der industriellen Prozesse, sodass die **ursprünglichen Merkmale und Nährwerte der Zutaten so weit wie möglich erhalten bleiben**;
- **auf gehärtete pflanzliche Öle und Fette**, die Transfettsäuren (TFA) enthalten, wird vollständig verzichtet. Dieser Verzicht gilt seit Jahren für alle Ferrero-Produkte;
- **keine Verwendung zusätzlicher Konservierungsstoffe**;
- **Optimierung von Ballaststoffen und Mikronährstoffen** wie etwa Vitaminen und Mineralstoffen, die direkt aus den verwendeten Rohstoffen stammen – ohne künstliche Zusätze.



Die Ferrero-Gruppe glaubt fest daran, dass eine bessere Aufklärung zum Thema Ernährung als wesentlicher Teil eines gesunden Lebensstils notwendig ist! Es werden keine weiteren Gesetze oder Steuern auf einzelne Zutaten oder Lebensmittelkategorien benötigt, die fester Bestandteil unserer Ernährungskultur sind – vielmehr sind derartige Maßnahmen kontraproduktiv.

Bei Ferrero: kleine, individuell verpackte Portionen

Eine ausgewogene Ernährung ist grundlegend für einen gesunden Lebensstil: daher bietet Ferrero einzigartige, wohlschmeckende Lebensmittel höchster Qualität, die im Handel verpackt in Portionen mit moderatem Kaloriengehalt erhältlich sind. In der Tat sind wir der Meinung, dass:

- individuell verpackte Portionen,
- die Verwendung von Zutaten, die von Natur aus reich an qualitativ hochwertigen Nährstoffen sind,
- unsere einfachen Rezepturen,
- die sensorischen Merkmale unserer Produkte

wesentliche Gründe dafür sind, warum Ferrero-Produkte sich auch als kleiner Genuss für den Vor- oder Nachmittag eignen. Eine wirklich ausgewogene Ernährung bedeutet nicht, bestimmte Lebensmittel auszuschließen, sondern vielmehr die Produkte, die man am liebsten isst, in der richtigen Menge in die Ernährung zu integrieren, damit richtige Ernährungsgewohnheiten leichter auf Dauer beibehalten werden können.

Aufgrund ihrer Portionierung lassen sich unsere Produkte einfach in die Ernährung integrieren, die den Empfehlungen zur Kalorienaufnahme entspricht.

Die **Portionierung der Ferrero-Produkte** wurde geplant und umgesetzt, um den unterschiedlichen Ernährungsanforderungen von Verbrauchern gerecht zu werden. Die Kinder®-Produkte, die bei Jugendlichen und Kindern sehr beliebt sind, werden beispielsweise weiterhin in Portionen zwischen 5 und 43 Gramm angeboten. Damit gehören sie zu den kleinsten ihrer Kategorie.

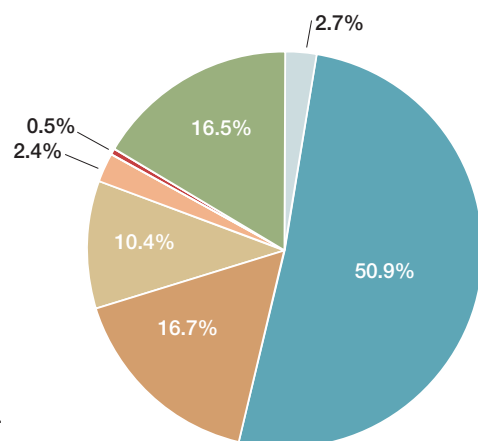
Wie das untenstehende Diagramm zeigt, werden **mehr als 70% aller Ferrero-Produkte weltweit in Portionen von weniger als 25 Gramm angeboten und mehr als 80% in Portionen von weniger als 45 Gramm.**

Außerdem werden **nach Menge mehr als 70% der Ferrero-Produkte in Portionen von weniger als 100 kcal und mehr als 95% in Portionen von weniger als 150 kcal angeboten** (wie aus dem untenstehenden Diagramm hervorgeht).



Anteil verschiedener Portionsgrößen in % von Ferrero-Produkten* in Gramm

- ≤ 5 g
- > 5 ≤ 15 g
- > 15 ≤ 25 g
- > 25 ≤ 40 g
- > 40 ≤ 45 g
- > 45 ≤ 70 g
- > 100 ml o g

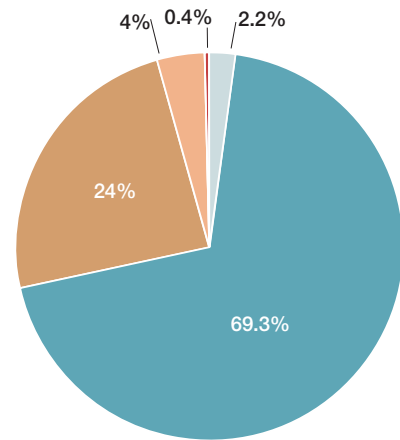


* % nach Menge der weltweit vertriebenen Produkte im Zeitraum 2012/2013.
Quelle: Ferrero

Bei Nutella® wurde die 15g-Portion gemäß den Angaben der meisten Länder, in denen das Produkt verkauft wird, berücksichtigt.

Prozentuale Unterteilung der Portionen der Ferrero-Produkte in kcal

- ≤ 10 kcal
- > 10 ≤ 100 kcal
- > 100 ≤ 150 kcal
- > 150 ≤ 200 kcal
- > 200 kcal



* % nach Menge der weltweit vertriebenen Produkte im Zeitraum 2012/2013
Quelle: Ferrero

Die obigen Diagramme beinhalten alle im Geschäftsjahr 2012/2013 weltweit vertriebenen Ferrero-Produkte. Ausgenommen sind etwa 3%, die Packungen betreffen, die zu Sonderanlässen verwendet werden, verschiedene Produkte enthalten oder Mini-, Maxi- oder Special-Edition-Packungen sind.

Ergebnisse unserer wissenschaftlichen Aktivitäten

Aufgrund seines **starken Engagements in der wissenschaftlichen Forschung** will Ferrero einen Beitrag zur Förderung guter Ernährungsgewohnheiten leisten: ein besonderer Schwerpunkt ist weiterhin, Jugendliche über die Bedeutung des Frühstücks zu informieren und bei allen Altersgruppen eine gesunde Ernährungsweise zu fördern.

Im Geschäftsjahr 2012/2013 unterstützte Ferrero gemäß den Unternehmenswerten Studien und Forschungsaktivitäten durch nicht zweckgebundene Mittel, um die Unabhängigkeit von wissenschaftlichen Bewertungen und Forschern zu gewährleisten.

Einige dieser Studien sind bereits abgeschlossen, andere laufen noch, stehen aber kurz vor Abschluss. Hier einige Beispiele:

- Bewertung der Auswirkungen verschiedener Arten von Frühstück – mit oder ohne Ferrero-Produkte – um Verbrauchern wissenschaftliche Belege für ihre Geschmackspräferenzen zu liefern;
- spezielle Forschungen zur Neutralität von Palmöl im Hinblick auf kardiovaskuläre und Stoffwechselrisiken.

Studien zu den Auswirkungen von Ferrero-Produkten auf den Stoffwechsel bei einem Verzehr als Zwischenmahlzeit (BMEE) und im Hinblick auf ihre glykämische Wirkung (glykämischer Index und glykämische Last) laufen noch. Die Zwischenanalyse bestätigt erneut die Neutralität im Stoffwechsel und die positive Rolle der Ferrero-Produkte. Die Studien und Ergebnisse werden im Laufe des nächsten Geschäftsjahres veröffentlicht.

Ziele für 2015

- Stärkung unserer Beteiligung an europäischen und nationalen Initiativen, die positive Einstellungen zur Kombination Ernährung/Gesundheit fördern.
- Entwicklung eines „**Ernährungspasses**“ für **Ferrero-Produkte**, um eine Bewertung der Stoffwechselreaktion und für einige Produkte auch der Auswirkungen auf die Konzentration und Stimmung vorzunehmen.

Qualität und Frische

Das Ferrero Geschäftsmodell ist so konzipiert, dass die maximale Frische der Produkte über die gesamte Beschaffungskette hinweg sichergestellt und Verschwendung so weit wie möglich vermieden werden kann. Die Gruppe verfolgt den Lebenszyklus der Produkte von der Beschaffung der Rohstoffe und Verpackungen bis zur Lieferung der fertigen Produkte an den Handel und zum Verbraucher.

Was ist unser wichtigstes Ziel?

Verbrauchern in der ganzen Welt Produkte bester Qualität und Frische anzubieten.

Im Sommer, wenn hohe Temperaturen die optimalen sensorischen Merkmale der Produkte beeinträchtigen könnten, bevor sie beim Verbraucher ankommen, unterbricht Ferrero die Auslieferung und holt bereits gelieferte Produkte aus dem Verkauf zurück.

Im Hinblick auf eine ständige Verbesserung definiert Ferrero globale Richtlinien zu Temperaturgrenzwerten und den daraus für die einzelnen Produktkategorien abzuleitenden Maßnahmen (Verkaufspause oder Rücknahme). Dazu werden regelmäßig Daten zur Temperatur in den Märkten erfasst und ein intensives Monitoring der von den Verbrauchern wahrgenommenen Qualität durchgeführt, indem der tatsächliche Weg der Produkte verfolgt wird, bevor sie in den Regalen der Verkaufsstellen gezeigt werden.

Rückverfolgbarkeit und Sicherheit

Von Anfang an, also seit 1946, hat Ferrero größte Aufmerksamkeit auf die Auswahl der Rohstoffe und Zutaten gelegt.

Ihre **Qualität und Frische** bestimmen die besonderen sensorischen Eigenschaften der Produkte; aus diesem Grund hat Ferrero innovative Verfahrensweisen geschaffen, wie etwa den sogenannten „**Sacco conosciuto**“, der alle von den Ferrero-Fachleuten durchgeführten Aktivitäten bezeichnet, wie etwa sensorische Tests und Analysen sowie Inspektionen bei Lieferanten und Praktiken, die Lebensmittelsicherheit sowie die Rückverfolgbarkeit der Rohstoffe gewährleisten.

Alle Ferrero Lieferanten weltweit werden auf Gruppenebene mithilfe einer elektronischen Plattform, durch die sie mit unseren internen, erfahrenen Lebensmitteltechnologien verbunden sind, nach denselben Kriterien ausgewählt und bewertet.

Darüber hinaus finden, in Übereinstimmung mit Ferreros Code of Business Conduct, kontinuierlich Inspektionen der Produktionsstandorte unserer Lieferanten statt, bei denen spezielle Kontrollen der Lieferungen und erforderlichen Analysen durchgeführt werden.

Bei Lieferung der Rohstoffe an die Ferrero-Werke werden Art und Frequenz der chemischen, physikalischen, mikrobiologischen und sensorischen Tests

bestimmt, die an Stichproben der eingehenden Ware durchzuführen sind. Dies erfolgt anhand eines speziellen internen Gruppenprotokolls, das den Anforderungen der modernen Risikoanalyse entspricht.

Lebensmittelsicherheit wird nicht nur durch das strenge interne Testsystem gewährleistet, sondern auch durch Inspektionen unabhängiger, zertifizierter externen Einrichtungen.



Ferrero-Geschmackstests

Damit die Produkte den äußerst hohen Ferrero-Geschmacksstandards entsprechen, werden neben den klassischen Labortests auch sensorische Analysen, sogenannte „**Geschmackstests**“, durchgeführt: eine umfassende Bewertung aller Facetten des Produktgeschmacks, -geruchs und -aussehens.

Die Geschmackstests beinhalten:

1. sensorische Tests der Rohstoffe bei Lieferannahme;
2. sensorische Tests der Halbfertig- und Fertigprodukte während der Produktion;
3. sensorische Tests durch das Management, die von den Managern der Produktionseinheiten durchgeführt werden;
4. „Netzdiagramm“-Tests.

Weitere Informationen zu den sensorischen Tests bei einem unserer „historischen“ Produkte finden Sie im Anhang „Schwerpunkt Kinder® Schokolade“ dieses CSR-Berichts.

Innovation

Innovation ist einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren der Ferrero-Produkte: in den letzten fünfzig Jahren hat die Gruppe **innovative Produkte** kreiert, die im Laufe der Zeit richtiggehende Kultmarken wurden. Eine interne Forschungs- und Technologiegesellschaft führt Innovationsstudien durch; sie verfügt über die Ressourcen und Kompetenzen, um neue Produkte zu identifizieren, die potenzielle Kundenbedürfnisse erfüllen.

Diese Gesellschaft beschäftigt Wissenschaftler, die sowohl **technische Studien** durchführen als auch moderne Ernährungsbedürfnisse und Ernährungsstile **definieren**. Sie nutzt neue Rohstoffe und innovative Produktionstechnologien, um unter Berücksichtigung der Ferrero-Philosophie und -Werte einzigartige Produkte von ausgezeichnetem Geschmack und höchster Qualität zu kreieren.

Der Einführung eines neuen Produktes geht ein langer, ausgefeilter Prozess voraus: von der Planung über Studien und Tests in speziellen Testgebieten bis hin zur Einführung des Produktes auf ausgewählten Märkten. Dort wird es den **Konsumenten angeboten** und die Akzeptanz genau geprüft. Ein Produkt wird erst dann industriell produziert, wenn es alle diese umfassenden Testphasen erfolgreich absolviert hat.

Derzeit arbeiten die Ferrero-Wissenschaftler an mehr als **ein hundred neuen Projekten**, von denen einige unmittelbar vor der Markteinführung stehen. Hinter jedem Produkt, das für den Verbraucher vielleicht ganz einfach aussieht, stehen einzigartige, hochmoderne und patentierte Technologien, die klar zeigen, mit welcher großer Leidenschaft Ferrero die Innovation seiner Produkte betreibt.

Die fortschrittlichen Standards der Ferrero-Produktionsanlagen

In unseren Werken nutzen wir ein globales, integriertes SAP-System zur gemeinsamen, Ferrero-internen Nutzung und zentralen Handhabung der Daten zur Qualitätskontrolle.

Das System ist bereits an den meisten Ferrero-Produktionsstandorten weltweit aktiv und ermöglicht es, Datenerfassung und -vergleich immer stärker global und koordiniert durchzuführen und konzentriert sich dabei auf qualitätsspezifische Datenpakete; 14 der insgesamt 20 Werke nutzen dieses System bereits.

Auch die Produktionslinien in 12 Werken sind mit dem SAP-System für die gemeinsame Datennutzung ausgestattet; in den übrigen Werken ist eine Einführung für das Geschäftsjahr 2013/14 geplant.

Auch in den Produktionsstätten, in denen das SAP-System noch nicht installiert ist, existiert ein Netzwerk, das die Verbindung zur Zentrale garantiert und ein korrektes Qualitätsmanagement sicherstellt. Besonders erwähnenswert ist das System zur täglichen Bewertung der Produkte durch einen kurzen Qualitätsbericht. Die definierten Eigenschaften der Produkte sowie ihre Sicherheit werden durch ein System interner Verfahrensweisen garantiert. Diese Verfahrensweisen werden durch systematische Inspektionen überprüft, die die zentralen Qualitätsabteilungen in den Werken und der gesamten Beschaffungskette durchführen. Die Verfahrensweisen sehen vor, dass bei allen Werken, Lagern und externen Lieferanten überprüft wird, ob diese den strengen Ferrero-Spezifikationen in Bezug auf Produkte, Lebensmittelsicherheit (gemäß Norm FSSC/ISO 22000, HACCP) und System (gemäß ISO 9001) entsprechen. Außerdem wird das System durch unabhängige externe Institute zertifiziert. Ferrero hat es sich zum Ziel gesetzt, alle Werke nach zwei sehr strengen, renommierten internationalen Standards zertifizieren zu lassen: ISO 9001 und FSSC/ISO 22000.

Diese Ziele schließen automatisch auch alle neuen Werke ein, insbesondere die jüngsten Produktionsstätten in Mexiko und der Türkei.



Die folgenden Tabellen zeigen den Stand der Zertifizierungen zu den genannten Unternehmensstandards sowie weiteren in unseren Werken geltenden Standards.

Tabelle 1 zeigt, welche Werke über eine GruppENZertifizierung ISO 9001:2008 verfügen, in denen also ein einheitliches Qualitätshandbuch sowie Verfahrensweisen gelten, die in der gesamten Ferrero-Gruppe angewandt werden.

Tabelle 2 betrifft die beiden Imprese Sociali Ferrero, die diese Zertifizierung erhalten haben: Walkerville (Südafrika) war 2012 die erste Impresa Sociale Ferrero, die eine ISO 9001:2008-Zertifizierung für ihr Qualitätsmanagementsystem erhalten hat. 2013 erhielt dann auch die Impresa Sociale Ferrero in Baramati (Indien) diese Zertifizierung.

In Tabelle 3 finden sich die Zertifizierungen, die die Ferrero-Werke im Bereich Lebenssicherheit bzw. Laborakkreditierung erhalten haben.

Insgesamt wurden acht Ferrero-Werke durch unabhängige Dritte nach dem Standard FSSC 22000 zertifiziert, also dem höchsten Zertifizierungsniveau für Lebensmittelsicherheit: La Pastora, Lithgow, Stadtallendorf, Villers-Ecalles, Belsk, Cork, Sant'Angelo und Quito. Weitere fünf Werke (Alba, Arlon, Brantford, Poços De Caldas, Vladimir) besitzen Zertifizierungen für spezielle Lebensmittelsicherheitssysteme wie IFS, HACCP, ISO 22000 sowie weitere Standards, die von Vertriebsketten etc. verlangt werden.

In Übereinstimmung mit der Unternehmensstrategie findet in allen Werken der Gruppe außerdem ein HACCP-Plan (Hazard Analysis and Critical Control Point) Anwendung, der in der Europäischen Union obligatorisch ist.



Tabelle 1

Werk	Zertifizierung ISO 9001:2008* seit
Alba (Italien)	1999
Arlon (Belgien)	1996
Balvano (Italien)	1996
Belsk (Polen)	2001
Cork (Irland)	1994
Pozzuolo (Italien)	1998
Sant'Angelo (Italien)	1999
Stadtallendorf (Deutschland)	1994
Villers-Ecalles (Frankreich)	1997
Vladimir (Russland)	2010
Brantfort (Kanada)	2011
La Pastora (Argentinien)	2000
Lithgow (Australien)	1999
Poços De Caldas (Brasilien)	1999
Quito (Ecuador)	1999

* Vor 2008 wurden die Werke gemäß dem jeweils gültigen ISO 9001-Standard zertifiziert

Tabelle 2

Imprese Sociali Ferrero	Zertifizierung ISO 9001:2008* seit
Walkerville (Südafrika)	2012
Baramati (Indien)	2013

* Vor 2008 wurden die Werke gemäß dem jeweils gültigen ISO 9001-Standard zertifiziert

Tabelle 3

Werk	FSSC 22000 seit	ISO 22000 seit	IFS, COSTCO HACCP seit	ISO 17025 seit
Alba (Italien)			2007	2006
Arlon (Belgien)			2006	
Belsk (Polen)	2013		2006	
Cork (Irland)	2013		2011	
S. Angelo (Italien)	2013		2011	
Stadtallendorf (Deutschland)	2012		2006	2007
Villers-Ecalles (Frankreich)	2012			
Vladimir (Russland)		2013	2010	
Brantford (Kanada)			2008	
La Pastora (Argentinien)	2011	2008		
Lithgow (Australien)	2011			
Poços De Caldas (Brasilien)		2007		
Quito (Ecuador)	2013		2010	

Nichteinhaltung von Vorschriften

ISO 9001:2008 Zertifizierung des Ferrero-Qualitätsmanagement-Systems

2012/2013 wurden durch externe Zertifizierungseinrichtungen 10 Audits in den Werken Poços De Caldas, Belsk, Cork, Quito, Pozzuolo, Baramati, Walkerville sowie im Bereich Direzione Qualità di Gruppo (3 Audits) durchgeführt: dabei wurde keine Nichteinhaltung von Vorschriften festgestellt, es wurden lediglich einige Verbesserungsvorschläge gemacht.

IFS – International Food Standard

2012/2013 zeigte sich bei den Überprüfungen, dass bei den Produktionsstätten Alba, Arlon, Belsk, Cork und Stadtallendorf die Einhaltung dieses Standards bei durchschnittlich 97,64% lag, was als „Higher Level“ bewertet wurde.

Neueste Nachrichten

1. Das Werk der Impresa Sociale Ferrero in Baramati (Indien) erreichte die Zertifizierung seines Qualitätsmanagementsystems nach ISO 9001:2008.
2. Gemäß den internen Zielen erhielten fünf europäische Werke – Stadtallendorf (Deutschland), Villers-Ecalles (Frankreich), Belsk (Polen), Cork (Irland) und S. Angelo (Italien) – die Zertifizierung FSSC 22000, während zwei weitere Werke – Alba (Italien) und Arlon (Belgien) – Verfahrensweisen einrichteten, um diese Zertifizierung ebenfalls zu erlangen.

Ziele für 2015 und 2020

1. Schaffung **einer zentralen Stelle für die Erfassung von Reklamationen**, wo alle Verbrauchieranfragen einheitlich und strukturiert erfasst werden, um so bis 2015 eine weltweite Datenbank zu kreieren. Die Umsetzung läuft unter Beteiligung aller betroffenen Unternehmensbereiche auf Hochtouren; die für die Entwicklung des IT-Systems zuständige Abteilung entwickelte einen Implementierungsplan für ein einheitliches IT-Paket innerhalb des Unternehmens, das Consumer Contact Management (CCM).
2. Ausweitung der **Lebensmittelsicherheitszertifizierung FSSC/ISO 22000 auf alle Werke der Gruppe bis 2015**, mit Ausnahme der Imprese Sociali Ferrero, für die die ISO 9001-Zertifizierung und die FSSC/ISO 22000-Lebensmittelsicherheitszertifizierung bis 2016 vorgesehen sind. Bei beiden als Unternehmensstandard festgelegten Zertifizierungssystemen (ISO 9001 und FSSC/ISO 22000) wird der Umsetzungsplan eingehalten (Näheres dazu finden Sie in den vorhergehenden Kapiteln). Sie sind die Voraussetzung für die vollständige Vereinheitlichung aller Produktionsstandorte, um innerhalb der Gruppe ein einheitliches Qualitätssystem zu schaffen.

3. Die **Integration der Audits/Inspektionen zur Lebensmittelsicherheit für alle Konfektionäre/Co-Packer und Lager der Beschaffungskette** mit dem Ziel, bis 2020 eine komplette Abdeckung zu erreichen. Des Weiteren wird derzeit mit verschiedenen Maßnahmen daran gearbeitet, für die gesamte Beschaffungskette Audits, Inspektionen und anderen Verfahren einzurichten. In diesem Zusammenhang sei darauf hingewiesen, dass im Geschäftsjahr 2012/2013 für alle Märkte weltweit ein Qualitätsmanagement in Form der Country Quality Manager eingerichtet wurde. Diese haben im Hinblick auf die Qualität eine Schlüsselfunktion inne, wie sie auch die Leiter Qualitätssicherung der einzelnen Werke haben.
4. Weltweit eine **ISO-Zertifizierung mit einem einzigen Handbuch und einheitlichen Verfahrensweisen für die gesamte Gruppe implementieren**: so werden alle Werke weltweit bis 2020 Abteilungen eines einzigen „virtuellen, globalen Werkes“ sein.



Kinder® Spielzeug-Überraschungen: der Wert des Spielens und der Sicherheit



Spielen und Spaß haben: zwei Aktivitäten, die zweifellos eine **wichtige Rolle bei der Entwicklung von Kindern** spielen und dabei grundlegende Bedürfnisse in psychologischer und emotionaler Hinsicht erfüllen.

In der Tat entdecken Kinder durch Spielen ihre eigene Welt und die Welt anderer, was ihnen ebenfalls in ihrer Entwicklung hilft.

Art. 31 der UN-Kinderrechtskonvention

(20. November 1989)

1. Die Vertragsstaaten erkennen das Recht des Kindes auf Ruhe und Freizeit an, auf Spiel und altersgemäße aktive Erholung sowie auf freie Teilnahme am kulturellen und künstlerischen Leben.
2. Die Vertragsstaaten achten und fördern das Recht des Kindes auf volle Beteiligung am kulturellen und künstlerischen Leben und fördern die Bereitstellung geeigneter und gleicher Möglichkeiten für die kulturelle und künstlerische Betätigung sowie für aktive Erholung und Freizeitbeschäftigung.

Daher bietet **Kinder® seit mehr als 40 Jahren** einige seiner Produkte mit kleinen Überraschungen zum Spielen an, **im Bewusstsein wie wichtig Spielen für das Leben und die Entwicklung von Kindern ist.**

Um dieser Aufgabe bestmöglich gerecht zu werden, hat Ferrero 2013 die *Kinder Surprise Company* ins Leben gerufen, die zur Ferrero-Gruppe gehört und neue Kinder®-Spielzeuge kreiert und produziert. Ihre Vision zeigt ihre Rolle und Ziele auf:

VISION:

In einem überraschend kleinen Format außergewöhnliche Spielerfahrungen kreieren, die große Emotionen hervorrufen

Dies erfordert größte Sorgfalt und Aufmerksamkeit über die gesamte Beschaffungskette hinweg, vom Design des Spielzeugs bis hin zu seiner Vermarktung.

Spielen aus der Sicht der Marke Kinder®

Alle Überraschungen werden seit jeher mit größter Sorgfalt von einem Team von Fachleuten und unter Mitarbeit von Psychologen entworfen, die auf die kognitive, emotionale, soziale und motorische Entwicklung in der Kindheit spezialisiert sind. Dabei finden die folgenden vier Prinzipien Anwendung:

1. Verbesserung der Fähigkeiten des Kindes
2. Vielfalt
3. Rundum-Spielerlebnis
4. Universeller Charakter

1. Verbesserung der Fähigkeiten des Kindes

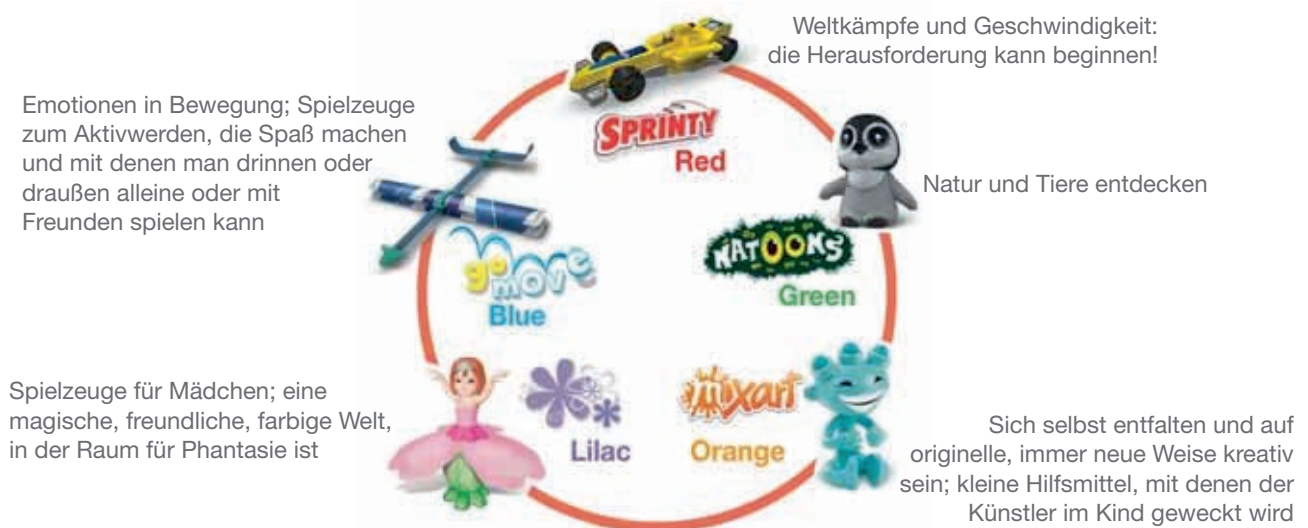
Kinder® Spielzeug-Überraschungen sollen bei Kindern die Entwicklung bestimmter Einstellungen fördern:

Kognitive Entwicklung	Das Zusammenbauen der Spielzeuge regt dazu an, logisch zu denken, Aktionen in einer bestimmten Reihenfolge durchzuführen, und es fördert die Problemlösungsfähigkeit sowie die Neugier.
Emotionale Entwicklung	Die Freude, die durch das Erreichen eines Zieles (das Zusammenbauen des Spielzeugs) ausgelöst wird und durch den Umgang mit kleinen Spielzeugen, die speziell für Kinder gemacht sind und die die Phantasie anregen.
Soziale Entwicklung	Die Interaktion der Kinder mit Freunden und Eltern, die durch die angebotenen Spiele gefördert wird, hilft ihnen, mit anderen Kontakte zu knüpfen und schafft gemeinsame Momente der Freude.
Motorische Entwicklung	Das Zusammenbauen der Überraschungen erfordert eine gute Koordination zwischen Händen und Augen, was Phantasie, logisches Denken und Geschicklichkeit fördert.

2. Vielfalt: 5 Spiele-Kategorien

Jahr für Jahr entwickelt ein Team von Fachleuten neue Arten des Spiels, die auf ganzheitliche Weise die Entwicklung des Kindes fördern sollen.

Die Spielzeuge in den Produkten werden in 5 verschiedene Kategorien unterteilt, mit einem breiten, ausgewogenen Spektrum von Spielzeugen. Einige richten sich speziell an Jungen bzw. Mädchen.



3. Rundum-Spielerlebnis

Spielzeuge des Kinder® Sortiments bieten ein Spielerlebnis, das wirklich alles abdeckt: Spaß, Lehrreiches und Spielbarkeit, auch auf einer digitalen Plattform.



4. Universeller Charakter

Die Spielzeuge sind so gemacht, dass sie Kindern auf der ganzen Welt aus unterschiedlichen Kulturen, unterschiedlichen Geschlechtern und unterschiedlichen Altersgruppen gefallen. Es gilt, kleine Spielzeuge zu kreieren, die universelle Werte ausdrücken und auf der ganzen Welt als unterhaltsam wahrgenommen werden.

Der Vertrauenspakt mit unseren Verbrauchern

Für die Ferrero-Gruppe ist die Aufmerksamkeit gegenüber dem Konsumenten nicht einfach ein Wert, sondern tägliche Praxis, die in einem Verantwortungsbewusstsein begründet ist, das weit über kommerzielle Ziele hinausgeht. Das Engagement für den Konsumenten war schon immer Voraussetzung und Basis für unsere Unternehmenspolitik.

Studien

Um diese Prinzipien in die Praxis umzusetzen, wurden Jahr für Jahr mehr Verbraucherstudien durchgeführt, und zwar qualitative, quantitative, Verhaltensstudien sowie Spielgruppen – alle mit dem Ziel, die Konsumenten und ihre Bedürfnisse und Wünsche besser kennenzulernen.

Auch während der verschiedenen Designphasen der Überraschungen führt Ferrero Tests mit Eltern und Kindern durch, um die Relevanz der Spielideen zu überprüfen und Designdetails anzupassen.

Jedes Jahr gibt es ein komplett neues Sortiment aus mehr als 100 neuen Überraschungen, um mit größtmöglicher Vielfalt bei hohen Qualitätsstandards immer neue Emotionen zu bieten.

Sicherheit

Die *Kinder Surprise Company* hat einen internen Kodex für Planung und Produktion der Spielzeuge des Kinder® Sortiments verfasst; dieser besagt, dass die Spielzeuge Regeln entsprechen, die strenger sind als die Vorschriften in den Ländern, in denen sie vermarktet werden.

Der „interne Kodex für die Planung und Produktion der Spielzeuge des Kinder Sortiments“ (in den vorhergehenden Ausgaben des CSR-Berichtes „MPG-Kodex“ genannt) enthält:

- Spielzeugnormen;
- freiwillige, sehr strenge Richtlinien und Regeln, deren Ziel es ist, die sehr hohe Sicherheit der Spielzeuge des Kinder® Sortiments zu garantieren.

Einhaltung obligatorischer Vorschriften

Der interne Kodex sieht vor, dass alle Spielzeuge des Kinder® Sortiments den obligatorischen Vorschriften entsprechen, die für Spielzeuge direkt und für die internationalen und nationalen Spielzeugstandards gelten, die auf diesen obligatorischen Vorschriften beruhen:

Vollständige Einhaltung obligatorischer Vorschriften durch die Gruppe

- EU-Richtlinie für Spielzeugsicherheit 2009/48/EG;
- europäische Spielzeugsicherheitsstandards (EN71);
- internationale Spielzeugsicherheitsstandards (ISO 8124);
- MERCOSUR-Standards für international produzierte Spielzeuge;
- nationale Standards aller Länder, in denen Spielzeuge des Kinder Sortiments vertrieben werden, insbesondere Kanadas und Australiens, wo einige Anforderungen strenger sind als beim ISO- bzw. EN71-Standard.

Über die gesetzlichen Vorschriften hinausgehende strenge interne Richtlinien

Der interne Kodex enthält sehr strenge Richtlinien und Regeln, die für Spielzeuge des Kinder® Sortiments ein äußerst hohes Sicherheitsniveau garantieren, und er sieht vor, dass kleine Spielzeuge noch strengeren Anforderungen genügen müssen als die Vorschriften der Länder vorsehen, in denen sie vertrieben werden:

- nicht verwendet werden beispielsweise Magneten, Tattoos, Spielzeugwaffen bzw. Spielzeuge, die Waffen darstellen, Seifenblasen, Radiergummis;
- besonderes Augenmerk gilt den Überraschungskomponenten (wie etwa Saugnäpfen), die sich nicht ablösen lassen dürfen;
- einige auch für Spielzeuge geltende Vorschriften wurden nun strenger ausgelegt.

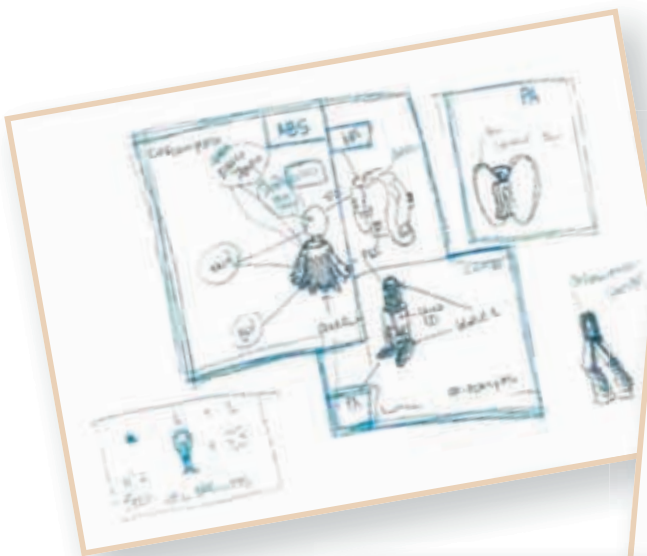
Freiwillige Regeln: Richtlinien

Das Design der Kinder® Überraschungen

Beim Design der Spielzeug-Überraschungen berücksichtigt die *Kinder Surprise Company* Richtlinien, die verhindern, dass Kinder sich verletzen könnten, wenn sie die Spielzeuge nicht sachgerecht handhaben.

Diese Richtlinien haben Einfluss auf das Aussehen der Spielzeuge; je nach Art der Überraschung und des Designs finden einzelne oder mehrere der folgenden Vorgaben Anwendung:

- keine kugelförmige oder ovale Form;
- Vorhandensein von Löchern;
- keine zu kleinen Teile;
- dreidimensionale Form der Spielzeuge und die Verbindung aller Teile zu einem Spielzeug;
- Vormontage der kleinsten Teile;
- keine Verwendung der Farbe Braun, um Verwechslung mit Schokolade zu vermeiden



Genehmigungsprozess für Prototypen von Kinder® Überraschungen

Die Genehmigung der Prototypen für Kinder® Überraschung folgt strengen Vorgaben, die mit qualifizierten Experten abgestimmt wurden:

- **Interne Entwicklung:** die Spielzeuge von Kinder® Überraschung werden intern von der *Kinder Surprise Company* entwickelt.
- **Psychologische Untersuchung:** Psychologen prüfen, wie die Kinder mit den Kinder® Spielzeugen interagieren und lassen ihre Erkenntnisse in der Designphase einfließen, um sicherzustellen, dass jede Überraschung spielerische Elemente enthält, die die motorische und kognitive Entwicklung der Kinder unterstützt.
- **Bewertung der Eignung für Altersgruppen:** die *Kinder Surprise Company* lässt die Spielzeuge von Psychologen und internationalen Einrichtungen überprüfen, um sicherzustellen, dass sie den Richtlinien für die Alterseinstufung von Spielzeugen des Europäischen Komitees für Normung (CEN) entsprechen.
- **Ärztliche Kontrolle:** die *Kinder Surprise Company* lässt die Prototypen aller Spielzeuge des Kinder® Sortiments vorab von einem HNO-Facharzt genehmigen, der in manchen Fällen Änderungsvorschläge macht, die dann unverzüglich umgesetzt werden. Kein Spielzeug geht in Produktion, wenn nicht die umfassende Genehmigung des Facharztes vorliegt.
- **Sicherheitsbewertung:** die *Kinder Surprise Company* führt bei allen Spielzeugen des Kinder® Sortiments in der Planungsphase eine „erweiterte Sicherheitsprüfung“ durch. Dabei wird überprüft, ob die Spielzeuge – auch unter Berücksichtigung eines eventuellen unsachgemäßen Gebrauchs durch die Kinder – „weitere Risiken“ bergen, ob also Risiken vorhanden sind, die nicht in den technischen Vorschriften aufgeführt sind und bei deren Nichtberücksichtigung die Sicherheit der Überraschung nicht vollständig garantiert werden kann.



Sollte dieser äußerst strenge Prozess zur Prototypengenehmigung Hinweise darauf geben, dass auch nur minimale Risiken vorhanden sind, wird das Spielzeug entsprechend abgeändert.

Der von der *Kinder Surprise Company* verfolgte Ansatz entspricht den Anforderungen der neuen Spielzeugsicherheitsrichtlinie 2009/48/EG, die eine verpflichtende Sicherheitsbewertung für Spielzeuge eingeführt hat und beweist damit einmal mehr, besonders verantwortungsvoll und umfassend zu sein.



Um dieses äußerst hohe Sicherheitsniveau zu erreichen, hat die *Kinder Surprise Company* den Spielzeugen Anforderungen auferlegt, die noch strenger sind als der Spielzeugsicherheitsstandard EN71. Besondere Aufmerksamkeit gilt der chemischen Zusammensetzung, vor allem im Hinblick auf die Migration von Schwermetallen (hier liegt der vom internen Kodex vorgesehene Grenzwert noch unter dem vom Standard EN71 vorgeschriebenen, der bereits sehr streng ist).

Auch in Bezug auf die mechanischen Anforderungen sind die Vorgaben der *Kinder Surprise Company* strenger als die des internationalen Spielzeugsicherheitsstandards (ISO 8124): die Spielzeuge des Kinder® Sortiments können die von diesem Standard vorgeschriebenen „Belastungsprüfungen“ (Fall-, Zug- und Torsionsprüfung, die das Verhalten von Kindern beim Spielen simulieren) nur dann erfolgreich bestehen, wenn kein Teil des Spielzeugs abbricht. Der internationale Standard hingegen erlaubt, dass das Spielzeug zerbrechen darf, solange keines der abgebrochenen Teile scharfe Kanten aufweist.

Die Anwendung des internen Kodex garantiert also, dass die Überraschungen und ihre Bestandteile robust sind.

„Überraschung aus sehr widerstandsfähigem Material (PA6): Polypropylen oder ABS würden die mechanische Prüfung nicht bestehen“



Eine derartige Robustheit kann nur durch Verwendung ausgewählter, widerstandsfähiger Materialien erreicht werden, dank derer alle Belastungstests bestanden werden.

Auf freiwilliger Basis führt die *Kinder Surprise Company* auch die folgenden, sehr strengen Tests durch:

- einen „Cross Cut Test“, um zu prüfen, ob sich die Farbe ablöst;
- Tests zum Überprüfen der Widerstandsfähigkeit gegenüber Speichel und Schweiß, um sicherzustellen, dass von gefärbten Überraschungen keine Farbe an Mund, Schleimhäute oder Haut abgegeben wird.

Gewährleistung eines globalen Standards

Die *Kinder Surprise Company* garantiert die vollständige Einhaltung des internen Kodex für Planung und Produktion der Spielzeuge des Kinder® Sortiments während des gesamten Produktionszyklus. Alle Spielzeuge des Kinder® Sortiments, die auf den Markt gebracht werden, entsprechen somit den Vorgaben des internen Kodex.

Dies erfolgt unabhängig davon, wo die Spielzeuge produziert werden und für welchen Markt sie bestimmt sind. Es handelt sich also um einen globalen Sicherheitsansatz, der sich an den strengsten internationalen Sicherheits- und Qualitätskontrollstandards orientiert und sogar oft über diese hinausgeht.

Hier ein Überblick über die zu diesem Zweck umgesetzten Maßnahmen:

- ein ausgewählter Kreis von genehmigten Herstellern, die dem Monitoring der *Kinder Surprise Company* unterliegen;
- Akzeptanz der Produktionsvorgaben der *Kinder Surprise Company* durch diese Lieferanten;
- Nutzung einer internen Grünen Liste, die etwa einmal pro Jahr aktualisiert wird und dazu dient, die für die Produktion der Spielzeuge am besten geeigneten Materialien auszuwählen;
- Einkauf der Rohstoffe unter Beteiligung und Monitoring der *Kinder Surprise Company*.

Kontrollen und Qualität

Die Qualitätssicherung der *Kinder Surprise Company* führt während des Produktionsprozesses **kontinuierliche Qualitätskontrollen** durch, für die eine genau festgelegte Vorgehensweise vorgesehen ist, und die dem neuesten Stand auf diesem Gebiet entsprechen.

Die *Kinder Surprise Company* hält sich auf freiwilliger Basis an von den benannten Stellen vorgeschlagene Auditprogramme zur Einhaltung der Vorgaben für die jeweiligen Gütesiegel („Giocattoli Sicuri“ in Italien, „Marque NF“ in Frankreich, „Calidad Comprobada“ in Spanien, „SP Mark“ in Schweden).

Im Rahmen dieser Programme sind beispielsweise folgende Maßnahmen vorgesehen:

- regelmäßige Audits des Ferrero-Qualitätssystems für Spielzeuge;
- Entnahme von Mustern auf dem Markt und in den Ferrero-Lagern, damit neben der Ferrero-Qualitätssicherung auch unabhängige Dritte extern anhand der erforderlichen Tests überprüfen können, dass die Qualität der Spielzeuge des Kinder® Sortiments über den gesamten Produktionsprozess konstant ist.

Zertifizierungen

Die *Kinder Surprise Company* lässt ihre Spielzeuge von 6 europäischen Organisationen zertifizieren, die bei der Europäischen Kommission gemeldet und von den nationalen Behörden sowie gegebenenfalls außereuropäischen Organisationen für die lokale Zertifizierung zugelassen sind.



Produktion: gemeinsam mit lokalen Gemeinschaften wachsen

Die Spielzeuge des Kinder® Sortiments werden vorwiegend in Europa, China und Indien hergestellt.

Durch diese geographisch dezentralen Produktionsstätten, die teilweise weit von unseren üblichen Produktionsstandorten entfernt sind, wurden in Schwellenländern zahlreiche Arbeitsplätze geschaffen.

Ihren Beziehungen zu Ferrero liegt das Prinzip des „Ausbildens und Aufbaus“ zugrunde. Das heißt, die vierzigjährige Erfahrung des Unternehmens wird weitergegeben und eine direkte Beziehung aufgebaut, die auf Wissen, Austausch und Wachstum basiert.

In der Tat wird durch den technischen Fortschritt bei den Produktionsprozessen auch zur Weiterentwicklung des relevanten Fachwissens in den Schwellenländern beigetragen.

Kontinuierliche Weiterentwicklung des Know-hows

Früher

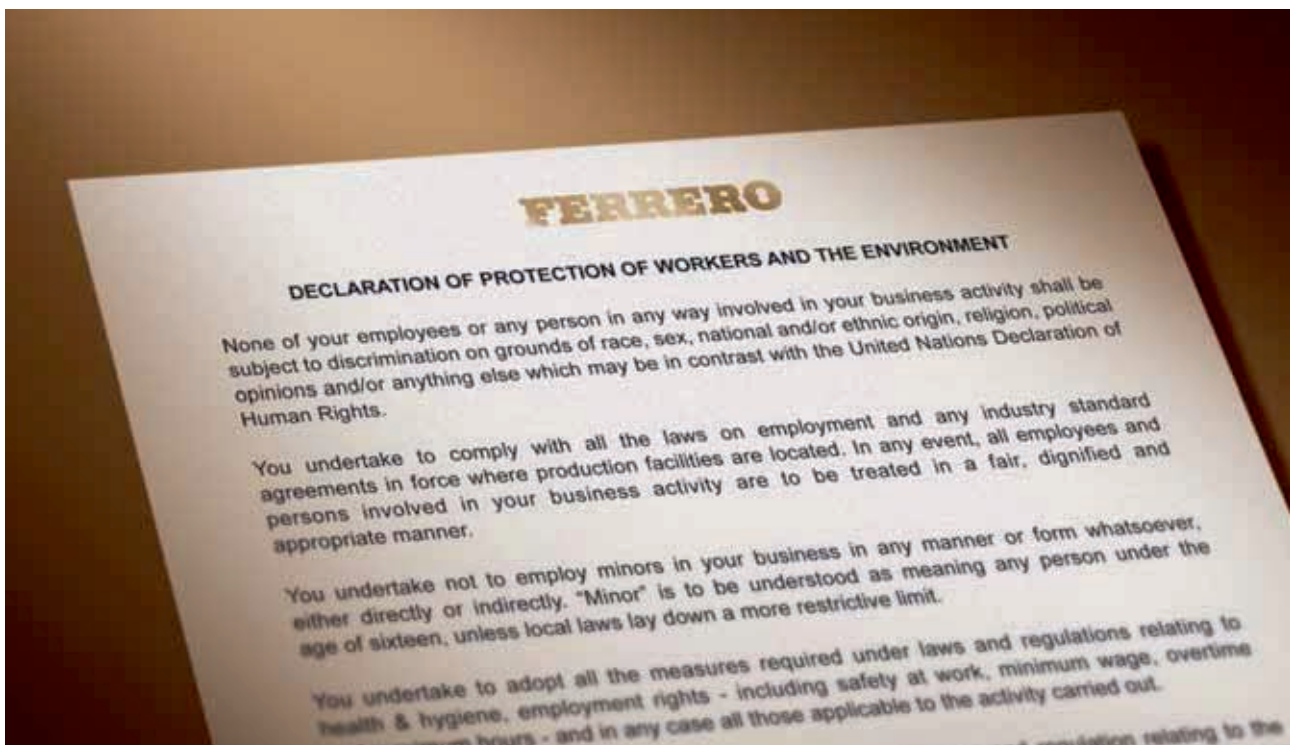
- Die meisten Kunststoffprodukte wurden traditionell im Spritzgussverfahren hergestellt.
- Die Spielzeuge wurden traditionell im Spritzgussverfahren hergestellt und dann von Hand bemalt.

Heute

- Das kontinuierliche Streben nach Innovation führte zur Weiterentwicklung des Designs der Überraschungen. So konnte das Bemalen von Hand durch ein innovatives Drucksystem ersetzt werden.
- Durch diese Innovation konnte die Menge der bei der Produktion verwendeten Lacke und Lösungsmittel sowie deren Verbreitung in der Umwelt verringert werden.

Ethische, soziale und ökologische Anforderungen für Lieferanten

Die Ferrero-Gruppe hat für Lieferanten in aller Welt einen „Code of Conduct“, einen Verhaltenskodex für ethische und ökologische Aspekte bei der Produktion der Spielzeuge von Kinder® aufgestellt.



So können zum einen die gewünschten hohen Qualitätsstandards beibehalten werden, zum anderen können wir weiterhin Know-how und Fachwissen mit unseren Lieferanten teilen.

Der Verhaltenskodex mit der Bezeichnung „Soziale und ökologische Anforderungen für Lieferanten von Kinder®-Spielzeugen“ orientiert sich an den fortschrittlichsten internationalen Ethikkodizes und ist genauso streng und detailliert wie diese.

Zusammenfassung der ethischen, sozialen und ökologischen Anforderungen für Lieferanten von Kinder® Spielzeug-Überraschungen

- Die Hersteller von Spielzeug-Überraschungen müssen sich zuvor einer genauen Prüfung unterziehen, um zu gewährleisten, dass sie die im Ethikkodex genannten Grundrechte einhalten.
- Kinderarbeit ist nicht zulässig.
- Produktionsanlagen, Arbeitsumfeld und Personalräume (Kantine, Unterkünfte, sanitäre Anlagen) müssen allen einschlägigen lokalen Vorschriften zu Sicherheit und Hygiene am Arbeitsplatz entsprechen.
- Die Arbeitnehmer haben das Recht, Gewerkschaften zu gründen oder einer Gewerkschaft beizutreten und ihre Vertreter frei zu wählen.
- Kein Arbeitnehmer darf aufgrund von Rasse, Nationalität, Religion, Behinderung, Geschlecht, Alter sexueller Orientierung, Gewerkschaftszugehörigkeit oder politischer Einstellung diskriminiert werden; bei der Verhängung von Disziplinarmaßnahmen sind alle gesetzlichen Vorschriften zu beachten.
- Es ist sicherzustellen, dass die Arbeitnehmer sowohl für ihre reguläre Arbeitszeit als auch für Überstunden eine Vergütung erhalten, die mindestens dem (lokalen/nationalen) gesetzlichen Mindestlohn entspricht; Überstunden sind gemäß der lokalen Gesetzgebung sowie den ortsüblichen Gepflogenheiten zu handhaben.
- Die Hersteller von Überraschungen müssen die nationalen und lokalen Umweltvorschriften zur Vermeidung von Umweltverschmutzung und zur Entsorgung chemischer Substanzen und von Abfall einhalten.



Ferrero hat ein Programm entwickelt, um den Grad der Umsetzung des „Code of Conduct“ zu bewerten. Dazu wurden zwei externe Institutionen (SGS und UL) beauftragt, jährlich **Inspektionen bei allen Herstellern von Kinder® Spielzeugen** durchzuführen, um die Anwendung und Einhaltung der ethischen Anforderungen sicherzustellen, die die grundlegenden Werte der Gruppe repräsentieren.

Die von diesen Institutionen durchgeführten Inspektionen bestätigen, dass das Verhalten der Hersteller von Kinder® Spielzeugen mit dem Grundgedanken und den grundlegenden Werten des „Code of Conduct“ übereinstimmt, dass keine Nichtkonformitäten im Hinblick auf den Schutz der Menschenrechte und anderer wichtiger Inhalte des Kodex bestehen und dass zu keinem Zeitpunkt und aus keinem Grund Kinderarbeit stattgefunden hat.

All diese Maßnahmen garantieren, dass die Lieferanten von Spielzeugen des Kinder® Sortiments die entsprechenden Arbeitsbedingungen einhalten. Sie erlauben es Ferrero außerdem, besondere Verpflichtungen zu ethischen Themen einiger Lizenzgeber zu honorieren, die diesem Thema besonders große Aufmerksamkeit widmen.

Verantwortungsvolle Kommunikation

Soziale Verantwortung zu übernehmen bedeutet für ein Unternehmen, freiwillig Praktiken und Verhaltensweisen anzuwenden, die über die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften hinausgehen. Ferrero hat daher eine Reihe von Selbstverpflichtungen unterzeichnet, insbesondere zur Nährwertkennzeichnung und Werbung, und beteiligt sich an Programmen zur Förderung von Bewegung und zur Verbesserung der Ernährungsgewohnheiten. Ferrero ist davon überzeugt, dass durch diese Maßnahmen spürbare Vorteile für das soziale Umfeld erzielt werden, in dem das Unternehmen tätig ist.

Auf globaler Ebene beteiligt sich Ferrero an der **International Food & Beverage Alliance (IFBA)** (<https://ifballiance.org>). Die IFBA ist eine Vereinigung der wichtigsten Unternehmen des Lebensmittelsektors, die weltweit tätig sind und sich verpflichten, ehrgeizige Selbstverpflichtungsprogramme im Hinblick auf Rezepturen und Portionsgrößen von Lebensmittelprodukten, Nährwertinformationen für Verbraucher, an Kinder gerichtete Werbung und Förderung von Bewegung durchzuführen.

Auf europäischer Ebene ist Ferrero Mitglied zahlreicher Verbände: **FooddrinkEurope** (europäischer Verband der Getränke- und Nahrungsmittelindustrie), **Caobisco** (Europäischer Süßwarenverband), **European Brands Association (AIM)** und **World Federation of Advertisers (WFA)**.



Außerdem beteiligt sich Ferrero gemeinsam mit anderen Unternehmen der Branche an Selbstregulierungsinitiativen, zum Beispiel:

- Am **“EU-Pledge”** zur Förderung eines verantwortungsvollen Umgangs mit Werbung, die an ein junges Publikum gerichtet ist (www.eu-pledge.eu);
- Im Rahmen der **„Supply Chain Initiative“** zur Förderung von fairen Verhaltensweisen in geschäftlichen Beziehungen zwischen den Akteuren der Lebensmittelkette (www.supplychaininitiative.eu).

Seit 2006 übernimmt Ferrero außerdem im Rahmen der Europäischen Plattform für Ernährung, Bewegung und Gesundheit eine Reihe individueller Verpflichtungen gegenüber der Europäischen Kommission zu folgenden Themen:

- Lebensmittelkennzeichnung;
- Förderung von Bewegung durch das Programm „Kinder+Sport“;
- Verbreitung von allgemein richtigen Lebensstilen durch Unterstützung des Programms „EPODE“ (Ensemble prévenons l’obésité des enfants www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3492853).

Um seine interne und externe Glaubwürdigkeit zu stärken, lässt Ferrero die von ihm unterzeichneten Selbstverpflichtungserklärungen durch unabhängige, zertifizierte Dritte überprüfen.



Werbemonitoring

Auf globaler Ebene

Auf globaler Ebene wendet Ferrero die „IFBA Policy“ für an Kinder gerichtete Werbung an. Diesen Richtlinien entsprechend, bewirbt die Gruppe **Produkte nicht im Fernsehen, in der Presse oder im Internet, wenn das Publikum vorwiegend aus Kindern unter zwölf Jahren besteht.**

In Übereinstimmung mit der Vorgehensweise auf europäischer Ebene hat Ferrero seit dem 1. Januar 2013 auch auf globaler Ebene seine Verpflichtungen erweitert und den Grenzwert für den Prozentsatz, zu dem das Publikum aus Kindern unter zwölf Jahren bestehen darf, von 50% auf 35% gesenkt. Außerdem hat **Ferrero angesichts der wachsenden Bedeutung digitaler Medien beschlossen, auch die Unternehmenswebsites in diese Verpflichtung einzubeziehen.**

Die Ergebnisse des von Accenture extern durchgeführten Monitorings bestätigen den positiven Trend der letzten fünf Jahre (<https://ifballiance.org/sites/default/files/AccentureMonitoringReportIFBA201March2014-1.pdf>).



Für das 2013¹ durchgeführte Monitoring der TV-Werbung hat Accenture mehr als eine halbe Million unabhängig ausgewählter TV-Spots analysiert, die über einen Zeitraum von drei Monaten in mehr als 200 Kanälen in sieben Ländern (China (Shanghai), Kolumbien, Malaysia, Russland, Saudi-Arabien, Südafrika und Thailand) ausgestrahlt wurden. Zum ersten Mal wurde dieses Monitoring im Hinblick auf ein Publikum durchgeführt, das lediglich zu 35% aus Kindern unter 12 Jahren besteht.

Die Gesamtergebnisse weichen nicht sehr stark von denen der Vorjahre ab. Die übergreifende Konformitätsrate liegt bei der TV-Werbung insgesamt bei 96,9% (im vergangenen Jahr betrug sie 98,9%).

Das Pressemonitoring fand in fünf Ländern statt, nämlich Brasilien, China, Russland, Südafrika und Singapur. Hier lag die Konformitätsrate bei einer Stichprobe von 49 Publikationen bei 100%. In denselben Ländern wurde außerdem ein Monitoring von 86 Unternehmenswebsites durchgeführt, die eine Konformitätsquote von 100% im Hinblick auf die übernommenen Verpflichtungen aufwiesen.

Für Ferrero umfasste das Monitoring der Verpflichtungen im Hinblick auf die Fernsehwerbung eine Stichprobe von fünf Ländern, mit folgenden Konformitätsquoten²: China: 100%, Malaysia: 90,9%, Russland: 99,6%, Südafrika: 89,8% und Saudi-Arabien: 99,9%. Die Konformität der Printwerbung wurde von Accenture zwischen April und Juni 2013 in Brasilien, China, Russland, Südafrika und Singapur bewertet. In diesen Ländern wurden keine Verletzungen festgestellt. Im selben Zeitraum und in denselben Ländern wurde außerdem die Online-Werbung überprüft, die – wie bereits erwähnt – seit diesem Jahr auch die Unternehmenswebsites einschließt. Auch hier hat das Accenture-Monitoring keine Verletzung der von Ferrero unterzeichneten Verpflichtungen ergeben.

Auf europäischer Ebene

Auf europäischer Ebene beteiligt sich Ferrero im Hinblick auf Werbung an dem „EU Pledge“, der eine Reihe von Verpflichtungen für einen verantwortungsvollen Umgang mit Werbung für Lebensmittel im Fernsehen, in den Printmedien und im Internet gegenüber Kindern unter 12 Jahren vorsieht.

Wie im vorherigen CSR-Bericht angedeutet, gelten seit 2013 strengere Verpflichtungen bei der Selbstregulierung im Bereich Werbung. Für Ferrero bedeutet das, dass die Selbstverpflichtung nun auch für die eigenen Websites gilt und der Prozentsatz der Unter-Zwölfjährigen im Publikum der Fernsehwerbung von 50% auf 35% gesenkt wird.

¹ Der Accenture-Bericht zum TV-Monitoring über die Einhaltung der IFBA-Verpflichtungen wurde im zweiten Halbjahr 2013 erstellt.

² Diese Konformitätsraten beziehen sich auf das Monitoring zu den im Bereich „All spots (All GRPS, All Time)“ ausgestrahlten Spots.

Die neuen Verpflichtungen waren ebenfalls Gegenstand des **von zwei externen Institutionen durchgeführten jährlichen Monitorings**³:

- **Accenture Media Management:** für TV-Werbung in Frankreich, Deutschland, Ungarn, Polen, Portugal und Spanien;
- **European Advertising Standards Alliance (EASA):** für Websites einer Reihe von Unternehmen, die den „EU Pledge“ unterzeichnet haben, die von den nationalen Organisationen für die Selbstregulierung von Werbung in zehn europäischen Ländern (Belgien, Frankreich, Deutschland, Ungarn, Niederlande, Polen, Rumänien, Spanien, Portugal und Großbritannien) bewertet wurden.

Aufgrund der verstärkten Bedeutung digitaler Medien beschlossen die am „EU-Pledge“ beteiligten Länder 2013, das Monitoring zu den Verpflichtungen an Schulen (wo die Konformitätsrate in den letzten fünf Jahren sehr konstant war und bei fast 100% lag) nicht weiterzuführen und das Monitoring der Verpflichtungen im Internet zu verstärken.

Die Gesamtkonformitätsrate der am „EU Pledge“ beteiligten Unternehmen betrug bei Fernsehwerbung 98,1%, ist also konform zu den Ergebnissen im letzten Jahr (98,3%).

Beim Website-Monitoring lag die Konformitätsrate bei 94% und entspricht somit etwa dem Vorjahreswert (95%), trotz der Zunahme der Zahl überprüfter Websites (von 210 auf 347).

Um weiterhin ein hohes Konformitätsniveau garantieren zu können, hat die Gruppe eine eng verzahnte Abstimmung zwischen allen am verantwortungsvollen Umgang mit Werbung beteiligten Funktionen eingerichtet (Marketing, Recht und Media-Planung). Außerdem hat Ferrero auf Basis des letzten von EASA durchgeführten Monitorings interne Richtlinien für gute Praktiken bei Unternehmenswebsites entwickelt.

Bei der Fernsehwerbung erzielte Ferrero für das Jahr 2013 folgende Konformitätsquoten: Spanien 99,4%, Frankreich 100%, Portugal 100%, Polen 98%, Ungarn 99%, Deutschland 99,8%. Die Gruppe wurde über einige

³ Die Daten im Monitoring-Bericht von Accenture Media Management und EASA beziehen sich auf das erste Halbjahr 2013.

kleinere Fälle von Nichtkonformität informiert. Bei den betroffenen TV-Spots wurden dann sofort entsprechende Korrekturmaßnahmen vorgenommen.

Home

Kinder Schokolade Produkte & Rezepte Trennen & Desserts Milkshake Zutaten

Altersabfrage

Liebe Eltern, liebe Besucher,

auf unserer Webseite findet sich viel Wissenswertes und Unterhaltsames für die ganze Familie. Die Inhalte zu entdecken, soll Ihnen und Ihren Kindern viel Spaß bereiten. Die Seite ist, unserer Marketingverantwortung entsprechend, für Eltern, Familien und Jugendliche über 12 Jahren gedacht. Daher erfolgt hier eine Altersabfrage.

Wir freuen uns auf Ihren Besuch!

Hier Geburtsdatum eingeben:

Tag Monat Jahr

Als verantwortungsbewusstes Unternehmen hat sich Ferrero verpflichtet, werbliche Kommunikation nur an Erwachsene und Jugendliche über 12 Jahren zu richten.
Mehr unter www.ferrero.com

31 der 347 analysierten Unternehmenswebsites waren von Ferrero. Bei sechs wurden Verstöße gegen die Kriterien des EU Pledge festgestellt, bei einer gegen einen nationalen Selbstregulierungskodex. Auch hier hat Ferrero sofort nach dem Feststellen der Abweichungen entsprechende Gegenmaßnahmen ergriffen.

Was die Beteiligung Ferreros an der Arbeit der EU-Plattform betrifft, so ist die Gruppe gehalten, jährlich einen eigenen Monitoring-Bericht zu jedem Bereich vorzulegen, in dem Ferrero Verpflichtungen übernommen hat: Rezepturen und Produktportionierung, korrekte Lebensmittel- und Nährwertinformationen, Förderung von Bewegung, verantwortungsvolle Werbekommunikation. Dieser Bericht wird dann von einer externen Institution im Auftrag der Europäischen Kommission geprüft.

Aussagekräftige Etiketten

In Übereinstimmung mit der Gesetzgebung der einzelnen Länder liefert Ferrero seinen Verbrauchern korrekte und transparente Nährwertinformationen. Zusätzlich zu den jeweiligen nationalen gesetzlichen Vorschriften verpflichtet sich Ferrero, auf der Packungsvorderseite zusätzliche Nährwertinformationen zu liefern, um ein einfacheres Verständnis der Etiketten zu gewährleisten.

Für Produkte der Linien Kinder® und Nutella® sowie für die Ferrero-Snacks hat die Gruppe in Europa die Empfehlungen zur Nährwertkennzeichnung des europäischen Verbandes der Getränke- und Nahrungsmittelindustrie (FoodDrinkEurope) vollständig umgesetzt.

Ab Dezember 2014 wird die neue Verordnung (EU) 1169/2011 zur Information von Verbrauchern in Europa gelten: die Ferrero-Gruppe wird ihre Verpflichtung zur Bereitstellung zusätzlicher Nährwertinformationen auf der Packungsvorderseite nach diesem Termin erneuern und aktualisieren (<http://pr.euractiv.com/pr/major-food-producers-keep-calories-front-pack-92848>).

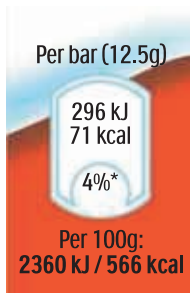
Diese Verpflichtung, die gemeinsam mit anderen Unternehmen, die sich FoodDrinkEurope angeschlossen haben, übernommen wurde, deckt die Produkte der Linien Kinder® und Nutella® zu 100% ab (für die die Verpflichtung ursprünglich eingegangen wurde); das gleiche gilt für die Ferrero-Snacks.

Nährwertinformationen				
Durchschnittswerte		Pro 100g	Pro Stück (12,5 g)	%RI* pro 12,5g
Energie	kJ/kcal	2360/566	296/71	4%
Fette	g	35	4,4	6%
davon gesättigte Fettsäuren	g	22,6	2,8	14%
Kohlenhydrate	g	53,5	6,7	3%
davon Zucker	g	53,3	6,7	7%
Protein	g	8,7	1,1	2%
Salz	g	0,31	0,04	1%

* RI = Referenzaufnahme eines durchschnittlichen Erwachsenen (8400 kJ/2000 kcal)

Nährwertinformationen für Kinder® Schokolade

Das neue, gemeinsam entwickelte Logo liefert freiwillige Nährwertinformationen auf der Packungsvorderseite des Produktes und setzt somit die neuen Vorschriften der Verordnung (EU) 1169/2011 um, insbesondere:



*Referenzmenge eines durchschnittlichen Erwachsenen (8400 kJ/2000 kcal)

- die Angabe des Energiewertes und der Nährstoffe „pro 100g“ und „pro Portion“;
- die Angabe in Kilokalorien und in Kilojoule;
- ein zusätzlicher Hinweis „Referenzmenge eines durchschnittlichen Erwachsenen (8400 kJ/2000 kcal)“, in der Nähe der Kilokalorien/Kilojoule-Angaben platziert, wenn die Information wiederholt wird.

Wie im letzten CSR-Bericht angekündigt, bietet Ferrero auch außerhalb Europas weiterhin auf der Packungsvorderseite Nährwertinformationen an, um auf Gruppenebene die vollständige Kohärenz mit den in Europa übernommenen Verpflichtungen zu gewährleisten.

Nachdem im vergangenen Jahr in den **USA** im Rahmen des Programms „Facts up front“ Nährwertinformationen für Nutella® und in **Mexiko** im Rahmen des Nährwertinformationsprogramms „Checa y elige“ für Produkte der Linien Kinder® und Nutella® eingeführt wurden, **hat Ferrero beschlossen, bis Ende 2015 die IFBA-Prinzipien zur Nährwertkennzeichnung für die Linien Kinder® und Nutella® weltweit einzuführen.** Um dieses Ziel zu erreichen, hat Ferrero eine Reihe von Machbarkeitsstudien durchgeführt, um herauszufinden, wie die Verpflichtungen im Rahmen der IFBA-Empfehlungen unter Einhaltung der Gesetzgebung der einzelnen Länder umgesetzt werden können. Die Gruppe hat interne Ziele aufgestellt, um den festgelegten Zeitplan einhalten zu können, wie in der folgenden Tabelle aufgeführt:

Land/Area	Nährwertinformationen Packungsvorderseite Nutella® und Kinder®
Australien	September 2014
Weißrussland	September 2014
Kasachstan	September 2014
Russland	September 2014
Lateinamerika Chile, Ecuador, Peru, Brasilien und Argentinien	September 2014
Lateinamerika übrige Länder	September 2015
China	September 2015
Philippinen	September 2015
Japan	September 2015 (Nutella®)
Hongkong	September 2015
Singapur	September 2015
Thailand	September 2015
Malaysia	September 2015
Mittlerer Osten und Golfstaaten	September 2015
Indien	September 2015

Länder, in denen die IFBA-Prinzipien bereits umgesetzt wurden, sind in dieser Tabelle nicht berücksichtigt. Für nicht aufgeführte Länder gelten die lokalen gesetzlichen Vorschriften bzw. es werden auf jeden Fall die IFBA-Prinzipien Ende 2015 angewandt.

Das EPODE Programme

Ferrero ist seit 2007 Partner des EPODE-Projektes („Ensemble Prevenons l'Obesite des Enfants“) und des European Epode Network (EEN). Ziel ist, gemeinsam Übergewicht bei Kindern zu verhindern. Im Rahmen des EEN-Netzes beteiligt sich Ferrero weiterhin an verschiedenen nationalen EPODE-Projekten in Frankreich, Belgien, Griechenland und Spanien. 2013 kamen zu dieser Liste außerdem noch die Niederlande hinzu, wo Ferrero sich in der Stadt Breda am Projekt „JOOG“ beteiligt (in der untenstehenden Tabelle finden Sie dazu weitere Informationen).

Wie im vorhergehenden CSR-Bericht angekündigt, ist das Hauptprojekt der EEN-Plattform seit 2012 das Projekt EPHE (Epode for the promotion of Health Equity), das von der Europäischen Kommission (Generaldirektion Gesundheit und Verbraucher/ DG SANCO) kofinanziert wird. Das Projekt, das im Dreijahreszeitraum 2012-2015 stattfindet, richtet sich an wirtschaftlich und sozial benachteiligte Personenkreise und konzentriert sich insbesondere auf sozio-ökonomische Ungleichheiten. Ziel ist, bei Familien mit Kindern im Alter zwischen sechs und 12 Jahren in sieben europäischen Ländern (Belgien, Bulgarien, Frankreich, Griechenland, Niederlande, Portugal und Rumänien) das Risiko von Krankheiten zu verringern, die im Zusammenhang mit der Ernährungsweise und einem inaktivem Lebensstil stehen.

Das Programm analysiert den Mehrwert, den die EPODE-Methode für die aktive Beteiligung von Familien, Schulen und Gemeinschaften an lokalen Initiativen hat. EPHE wird in Kooperation mit der Europäischen Kommission und europäischen Universitäten durchgeführt (weitere Einzelheiten zu den Partnern finden sich in Ferreros CSR-Bericht 2012), und zwar im Rahmen von Pilotprojekten in sieben Gemeinschaften in den sieben oben erwähnten Ländern.



Nach Abschluss des Projektes werden die „Good Practices“ durch ein Buch mit Empfehlungen von EPHE und einer Reihe wissenschaftlicher Publikationen ergänzt.

In den nächsten Jahren wird die Bewertung der Nachhaltigkeit der in den sieben Pilotgemeinschaften durchgeführten Maßnahmen entscheidend sein, um zu zeigen, ob die Wirkungen von Dauer sind. Aus diesem Grund hat Ferrero ebenfalls im Jahr 2013 gemeinsam mit den anderen Projektpartnern beschlossen, die Projektdauer um ein Jahr zu verlängern, um genauer zu messen, welchen Erfolg und welchen bleibenden Nutzen es auf Dauer hat.

Die Bedeutung der öffentlich-privaten Partnerschaften mit sozialer Komponente wurde auch formal von der Europäischen Kommission anerkannt. Die Kommission hat EPODE als Best-Practice-Modell bezeichnet, das in anderen Ländern der Europäischen Union aufgegriffen werden sollte, um die am Kampf gegen Übergewicht beteiligten Parteien – Wissenschaft, Industrie, Behörden und lokale Gemeinschaften – zusammenzubringen, um so festzustellen, welche Entscheidungen zu ergreifen sind, damit konkret Einfluss genommen werden kann.

Weitere Informationen:

www.youtube.com/watch?v=NyMps0DpZMA, „Institutional support in prevention“, Generaldirektion Gesundheit und Verbraucher / DG SANCO).

Beitrag von Ferrero in	Programm	Stadt und Personen	Website	Jahr	EURO
Europäische Union	European Epode Network (Primarily EPHE)	4 Mitgliedsstaaten (mit EPHE 7 Mitgliedsstaaten)	www.epode-european-network.com	2013	150,000
Frankreich	Vivons en forme	3,8 Millionen Menschen in 250 Städten	www.vivons-en-forme.org	2013	250,000
Spanien	Fundacion THAO	75 beteiligte Städte und 155.000 Kinder	http://thaoweb.com	2013	90,000
Belgien	VIASANO	18 beteiligte Städte und ca. 700.000 Personen	www.viasano.be/?lang=fr	2013	100,000
Niederlande	JOGG	35 Städte, Ferrero ist in Breda dabei	www.jogg.nl/nieuws/2013/09/eerste_watertappunt_bij_basisschool_in_jogg-breda	2013	20,000
Griechenland	PAIDEIATROFI	3 Städte	www.paideiatrofi.org/en	2013	50,000

Weitere Informationen über das Engagement von Ferrero zur Förderung eines aktiven Lebensstils unter Jugendlichen: siehe Kapitel „Kinder+Sport“.



2. Die Fondazione Ferrero



Die Fondazione Ferrero

Arbeiten, Aufbauen, Zurückgeben – das sind seit jeher die Leitwerte der „Fondazione Piera, Pietro e Giovanni Ferrero“ in Alba.

Die Fondazione Ferrero wurde 1983 als „Opera Sociale“, also als soziale Einrichtung, gegründet und engagiert sich unter der Leitung ihrer unermüdlichen Präsidentin Maria Franca Ferrero für soziale, mildtätige, kulturelle und künstlerische Projekte, vor allem zugunsten ehemaliger Ferrero-Mitarbeiter und von Kindern. Der Fondazione Ferrero steht ein Gebäudekomplex zur Verfügung, der den Bedürfnissen von **3.300** ehemaligen Mitarbeitern und deren Ehepartnern Rechnung trägt und eine Reihe von Freizeitaktivitäten, Workshops, eine Bibliothek, einen Mehrzwecksaal, Sporträume und Ausstellungsräume bietet; außerdem steht für Kinder von Mitarbeitern eine hochmoderne Kinderbetreuungsstätte zur Verfügung.

Gianfranco Giorgi,
84 Jahre, arbeitete
38 Jahre bei Ferrero
im Vertrieb und war
der erste Leiter der
Opera Sociale



„Ich kam als Vertriebsmitarbeiter zu Ferrero. Mit meinem kleinen Lieferwagen fuhr ich zu den Geschäften, mein Lieblingsprodukt war die „Supercrema“. Die Familie Ferrero hat immer gut für mich gesorgt. Eines Mittwochs im Jahr 1982, als eine Marketingsitzung stattfand, hat Herr Michele Ferrero mich um ein Gespräch gebeten: Alle pensionierten Mitarbeiter in Alba und in ganz Italien sollten kontaktiert werden, denn Ferrero wollte nicht den Kontakt zu den Menschen verlieren, die mehr als fünfundzwanzig Jahre ihres Lebens dem Unternehmen gewidmet haben.“

Ich komme jeden Morgen in die Fondazione, trinke einen Kaffee und lese die Zeitung. Dann plaudere ich ein bisschen mit meinen Freunden; wir sprechen über alte Zeiten und über die, die nicht mehr unter uns sind.

Aber es tut gut, an die Zukunft zu denken und zu sehen, was aus der Fondazione heute geworden ist.“

Die Fondazione Ferrero ist keine Stiftung, die anderen sozialen, kulturellen oder humanitären Einrichtungen Darlehen oder Zuwendungen zur Verfügung stellt, vielmehr liegt ihr Schwerpunkt auf dem **eigenen Handeln**: Sie setzt sich für zahlreiche soziale und kulturelle Initiativen ein (letztere meist mit Bezug zu Persönlichkeiten oder Themen, die in Zusammenhang mit der Stadt Alba oder der Region Piemont stehen). Die dafür erforderlichen, erheblichen finanziellen Mittel werden von der Ferrero-Gruppe zur Verfügung gestellt.

In Bezug auf die ethischen Prinzipien der Familie Ferrero ist die Fondazione Ferrero ein Bezugspunkt für alle Bereiche der Gruppe. So war sie beispielsweise das Vorbild für die Opera Sociale in Stadtlendorf (die 2008 gegründet wurde)

und alle Mitarbeiterinitiativen, die Ferrero Frankreich seit 2005 für seine Mitarbeiter, ehemaligen Mitarbeiter und Kinder von Mitarbeitern durchführt, wie etwa die Sozialstelle, die Kindertagesstätte, den Mini Club, die Sommerfreizeiten, schulische Unterstützung und Stipendien.

Mit ihren Aktivitäten und dreißigjährigen Erfahrung ist die Fondazione Ferrero auch ein Vorbild für die Imprese Sociali Ferrero, die die Gruppe in Südafrika, Indien und Kamerun gegründet hat.

Die Philosophie und Struktur der Fondazione Ferrero wurden ausführlich in den ersten vier CSR-Berichten der Ferrero-Gruppe beschrieben (diese stehen im Internet unter www.ferrerocsr.com zur Verfügung).

2013 feierte die Fondazione Ferrero ihr dreißigjähriges Bestehen.

1. Anlässlich der Feierlichkeiten im November hat die Fondazione Ferrero in Zusammenarbeit mit der Accademia di Medicina Turin den internationalen Kongress **„Erfolgreich älter werden: ein multidisziplinärer Ansatz“** organisiert, an dem ein wissenschaftliches Komitee aus Professoren der Universität Turin beteiligt war. Während der Studientage wurde unter Berücksichtigung der sozialen, wirtschaftlichen und kulturellen Herausforderungen das Thema einer alternden Bevölkerung behandelt. Ziel war es, die Schaffung einer Gesellschaft zu fördern, in der Jung und Alt die Chance haben, sich an der gesellschaftlichen Entwicklung zu beteiligen und gemeinsam von den Vorteilen profitieren.
2. Ebenfalls anlässlich des dreißigjährigen Bestehens der Fondazione Ferrero wurde mit der Tagung **„Die Kraft des Abwartens. Beppe Fenoglio 1963-2013“** des fünfzigsten Todestages des Schriftstellers aus Alba gedacht. Nach dem Tod Fenoglios erkannte man, welche bedingungslose Stärke sein Werk besitzt; dies brachte dem Autor eine große Beliebtheit bei den Lesern ein und führte dazu, dass sich viele Kritiker mit ihm beschäftigten. Heute wird Fenoglio als „Klassiker des 20. Jahrhunderts“ betrachtet. Unterstützt wurde die Tagung durch ein wissenschaftliches Komitee aus Professoren und Experten für das Werk Fenoglios, das gemeinsam mit einer Gruppe von Wissenschaftlern und jungen Forschern Aspekte einzelner Werke vertieft hat, auch mit Unterstützung des Dokumentationszentrums „Beppe Fenoglio“ der Fondazione Ferrero.
3. Dank der redaktionellen Arbeit von Caterina Ginzburg konnte der Fotoband **„Dreißig Jahre Fondazione Ferrero“** veröffentlicht werden, der den Menschen, Orten und Aktivitäten gewidmet ist, die die Tätigkeit der Fondazione Ferrero über die Jahre hinweg geprägt haben. Das Buch ist eine überwältigende, aufregende Reise durch die Geschichten der Frauen und Männer, die sich für die Aktivitäten der Fondazione Ferrero engagiert haben. Aus ihren Worten und aus ihren Gesichtern entsteht das Bild eines Unternehmens, das die Menschen seit jeher in den Mittelpunkt gestellt hat, auch über ihre Arbeitstätigkeit hinaus. Einige der Fotos und Geschichten aus diesem Buch möchten wir hier wiedergeben.

Soziale Projekte

Die Fondazione Ferrero möchte durch ihr Angebot die Lebensqualität älterer Menschen verbessern, indem Geselligkeit, Beziehungen, Engagement und Wissen gefördert werden. Durch das Angebot vielfältiger Aktivitäten fördert die Fondazione Ferrero ein anderes, positiveres Bild des Alters: Es wird als Bereicherung betrachtet und als Zeit, in der der Reichtum an Werten, Erfahrungen, Weisheit und Menschlichkeit, der ältere Menschen auszeichnet, Wertschätzung erfährt.

Marisa Rossi,

75 Jahre, arbeitete 36
Jahre als Angestellte
bei Ferrero



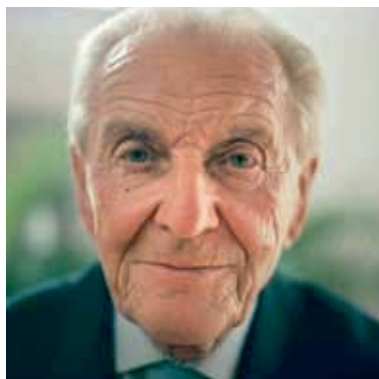
„Wir sind die „Willkommensgruppe“... wenn wir sehen, dass jemand etwas zögerlich, schüchtern oder unsicher ist, gehen wir hin und fragen, ob wir helfen können. Die Willkommensgruppe wurde schon ganz am Anfang gegründet – 1988 – als noch ganz wenige ehemalige Mitarbeiter in der Fondazione aktiv waren.“

Anna Canonica: *„Sich an den Aktivitäten der Fondazione zu beteiligen, ist eine zweite Chance: ganz ohne Zeitprobleme etwas für andere tun und den eigenen Interessen und Neigungen nachgehen zu können.“*

Die Fondazione Ferrero bietet den ehemaligen Ferrero-Mitarbeitern gesundheitliche, medizinische und soziale Unterstützung und stellt Angebote in den Bereichen Bewegung, Kultur und Geselligkeit bereit, was auch auf die Gemeinschaft vor Ort positive Auswirkungen hat.

Franco Stradella,

79 Jahre, arbeitete 40
Jahre bei Ferrero in der
Buchhaltung



„Wer in die Fondazione kommt, sieht zuerst uns: wir empfangen Besucher und Gäste in der großen Halle.“

Edo Croce: *„Als wir noch arbeiteten, haben wir uns gesiezt; sobald man in die Fondazione kommt, ändert sich alles – wir sind alle gleich, auf derselben Ebene.“*

Es gibt etwa **40 Aktivitätsgruppen**: die ehemaligen Mitarbeiter können an unterschiedlichen Arbeitsgruppen teilnehmen und Schneider-, Keramik-, Fotografie-, Stick-, Internet-, Fremdsprachen-, Zeichen- und Malkurse belegen, Ausflüge machen, im Chor singen und vieles mehr. Die ehemaligen Mitarbeiter arbeiten bei der Umsetzung der Kulturprojekte der Fondazione Ferrero mit, die im Laufe der Zeit immer zahlreicher und umfassender wurden: So sind sie aktiv in die Vorbereitungen von Ausstellungen involviert, kümmern sich um Gäste, Aufsicht, oder betreuen bei Veranstaltungen den „Museumsshop“.

Außerdem gibt es regelmäßige Informationsveranstaltungen zur Verbesserung der ehrenamtlichen Tätigkeit, damit Kranken und Bedürftigen konkret Hilfe geleistet werden kann.

Isidoro Rossotti,
79 Jahre, arbeitete 34
Jahre als Angestellter
in der Verwaltung von
Ferrero



„Laura, die Sozialarbeiterin, kontaktiert mich, wenn es jemandem nicht gut geht, wenn jemand zu Hause Hilfe benötigt. Als ich in Rente gegangen bin, habe ich sofort damit angefangen, etwas für andere zu tun: Ehrenamtlich zu arbeiten ist für mich etwas Notwendiges.“

2012/2013 besuchten etwa **800 Personen** regelmäßig die Fondazione Ferrero und nahmen an einer oder mehreren Gruppenaktivitäten teil; die Gesamtzahl der Anmeldungen für Gruppenaktivitäten lag bei **1.800**. Außerdem nutzen **70 ältere**, noch berufstätige Mitarbeiter ebenfalls das Angebot der Fondazione.

Luigi Varaldo,
genannt **Ricu**,
85 Jahre, war als
Arbeiter und Teamleiter
bei Ferrero tätig



„Alle nennen mich Ricu, weil mein zweiter Name Enrico ist. Hier kennen wir uns alle seit fünfzig Jahren; auch nach der Rente sind wir zusammengeblieben.“

Gesundheitliche und soziale Unterstützung

Die Besucher der Fondazione Ferrero können nicht nur an Sportkursen teilnehmen – 2013 nahmen **459 Personen an 12 allgemeinen Sportgruppen und 22 Sportgruppen speziell zur Gesundheitsförderung** teil – sondern auch umfassende professionelle Gesundheitsleistungen in Anspruch nehmen, dank **zahlreicher Kooperationen mit Gesundheitsinstituten und exzellenten medizinischen Facheinrichtungen**.

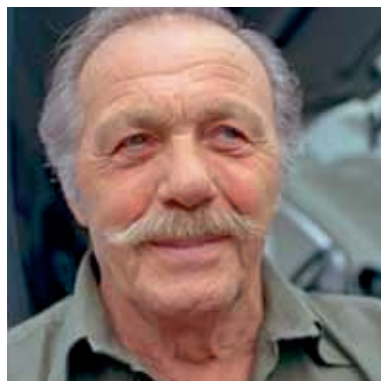
Im Jahr 2013 führte der den ehemaligen Mitarbeitern über die Fondazione Ferrero zur Verfügung gestellte Gesundheitsdienst etwa 1.500 Besuche durch; außerdem nutzten 661 Patienten die Möglichkeit zur Behandlung bei Problemen mit dem Fuß bzw. zur Behandlung von Diabetikerfüßen. Es wurden 11 Phototherapiesitzungen abgehalten.

Gesundheitliche und soziale Unterstützung zu Hause, Blutentnahmetermine

Im Juni 2013 wurde ein medizinischer und sozialer Hausdienst für ehemalige Ferrero-Mitarbeiter sowie deren Ehepartner eingerichtet. Er soll in Fällen, in denen eine ältere Person Unterstützung zu Hause benötigt, mit Ärzten und Familienmitgliedern zusammenarbeiten. Dieser Dienst soll die „Integrierte Hauspflege“ des lokalen Gesundheitssystems nicht ersetzen, sondern diese ergänzen.

Dank der Freiwilligen der Fondazione Ferrero sowie der Bereitstellung eines Fahrzeugs können professionelle Pflegekräfte direkt bei den Patienten zu Hause Unterstützung leisten, Medikamente verabreichen, den Patienten zu Arztterminen begleiten und Arztberichte abholen. Außerdem kann in der Fondazione Ferrero einmal wöchentlich ein Blutentnahmetermin angeboten werden.

Marco Rondone,
75 Jahre, arbeitete 30
Jahre als Lkw-Fahrer
bei Ferrero



„Ich fuhr mit dem Lkw Produkte und Rohstoffe von Alba nach ganz Europa. Wenn ich ältere Leute zum Facharzt begleite, teilweise auch in anderen Städten, fühle ich mich nützlich und bin mit anderen in Kontakt.“

Von Juni bis Dezember 2013 wurden 173 Blutentnahmen und 154 Hausbesuche durchgeführt.

Studienprojekt in Zusammenarbeit mit dem lokalen Gesundheitssystem

Angesichts der zahlreichen regelmäßig von der Fondazione Ferrero durchgeführten Aktivitäten entstand 2010 die Idee, in Zusammenarbeit mit dem lokalen Gesundheitssystem eine Befragung durchzuführen. Ziel war es, zu bewerten, ob der Gesundheitszustand derjenigen, die regelmäßig an den Aktivitäten der Fondazione Ferrero teilnehmen, besser ist als bei der Bevölkerung allgemein.

Bei dieser empirischen Studie wurden Personen befragt, die freiwillig den Gesundheitsdienst nutzten, der von der Fondazione Ferrero angeboten wird sowie eine externe Vergleichsgruppe von Personen im Alter von 50 bis 89 Jahren, die zwar demselben Gesundheitsbezirk angehören, aber nicht der Fondazione Ferrero.

Die Studie ergab einen besseren Gesundheitszustand der Nutzer der Fondazione Ferrero, mit einer geringeren Zahl von Krankenhausaufenthalten und einer geringeren Nutzung notärztlicher Leistungen sowie einer geringeren Sterblichkeit. Da die Studie auf Beobachtungen und nicht auf Tests beruhte, kann die resultierende Hypothese als plausibel bewertet werden (in Bezug auf die Wirkung des von der Fondazione Ferrero angebotenen ärztlichen Dienstes).

Giovanni Muller,
79 Jahre, arbeitete
30 Jahre als Leiter
verschiedener
Abteilungen bei
Ferrero



„Ich mag keine Computer. Ich lese lieber, oder gehe spazieren. Aber ich weiß auch, dass man sich nicht von der Welt abkapseln kann. Am Computer lese ich einige ausländische Zeitungen, wie Le Monde oder The Economist.“

Alessia Marengo, 17 Jahre, Schülerin des Naturwissenschaftlichen Gymnasiums Alba, hat ihm gezeigt, wie man einen Computer verwendet: *„Diese Gelegenheit wurde uns über die Schule vermittelt. Ich habe*

Giovanni zuerst beigebracht, wie man einen Computer anschaltet, wie man Textdateien erstellt, und dann auch, wie man im Internet surft und E-Mails schreibt. Außerdem habe ich ihm einen E-Mail-Account eingerichtet.“

Der Betriebskindergarten von Ferrero



Der Ferrero-Kindergarten besteht seit Herbst 2009 und kann achtzig Kinder aufnehmen. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erhalten hier besonders günstige Konditionen; zwischen 5 und 10% der Plätze sind für Kinder aus Alba reserviert, die von der Stadt Alba ausgewählt werden. An einigen Programmen nehmen auch ehemalige Ferrero-Mitarbeiter teil und können so eine Beziehung zu den Kindern aufbauen: die Kinder backen mit den Großeltern Kuchen und Plätzchen, stellen Dekorationen und Spiele für besondere Anlässe her, kümmern sich um den Gemüsegarten, lauschen Geschichten und Kinderreimen.

Durch den experimentellen Charakter der Kindergartenprojekte sollen die Kinder lernen, selbst zu handeln, zu entdecken, Erfahrungen zu sammeln und diese Erfahrungen mit anderen zu teilen.

Carlo Verda,
80 Jahre, arbeitete 36
Jahre bei Ferrero in der
Personalabteilung und
war Leiter der Opera
Sociale



„Ich bringe den Kindern bei, wie verschiedene Pflanzen aussehen: Zucchini, Tomaten und Erdbeeren. Für Kinder – auch für sehr kleine – ist es wichtig zu wissen, dass das, was auf ihrem Teller liegt, im Garten angebaut wird, auch in ihrem Garten. Ich komme drei- bis viermal pro Woche zum Garten der Fondazione, die Kinder nennen mich Garten-Opa.“

Caterina Sappa,
70 Jahre, arbeitete
33 Jahre in der
Lohnbuchhaltung
von Ferrero



„Ich komme jeden Tag in den Garten. Wenn ich hier bin, spiele ich mit den Kindern, dazu gehört auch Gartenarbeit: es gibt hier spezielle Kinderwerkzeuge, zum Beispiel kleine Rechen oder Gießkannen. Die Kinder helfen mir oder schauen mir zu. Carlo und ich waren bei Ferrero Kollegen und heute kümmern wir uns gemeinsam um den Garten.“

Besondere Aufmerksamkeit gilt den Beziehungen zu den Familien; durch Einzelgespräche, Versammlungen, Gruppentreffen und Schulungen soll die Tagesstätte ein Ort sein, wo man sich trifft, Informationen erhält und wo ein Austausch zwischen Erziehern und Eltern stattfindet.

Neben der Beratung durch erfahrene Pädagogen wird die Tagesstätte auch durch den medizinischen Dienst der Fondazione Ferrero unterstützt, der das Personal berät und schult, sich mit den lokalen Pädagogen abstimmt und an der Erstellung des saisonalen Speiseplans mitwirkt, der dann der zuständigen lokalen Gesundheitsbehörde zur Genehmigung vorgelegt wird.

Nina Grosso,
73 Jahre, arbeitete 37
Jahre als Angestellte
in der Verwaltung von
Ferrero



„Für die Kinder der Tagesstätte bin ich die „Märchen-Oma“. Einmal pro Woche komme ich hierher. Am faszinierendsten finde ich immer die Neugier der Kinder, ihre ganz weit aufgerissenen Augen. Wenn ich ein Buch in der Hand halte, zeigen sie auf die Geschichte, die ich vorlesen soll; darüber bin ich sehr glücklich.“

Masterstudiengang Ernährungswissenschaft und -technologie und Ernährungsforschung – „Michele Ferrero“

Auch in diesem Jahr führte die Fondazione Ferrero Alba die Zusammenarbeit mit der Universität Turin für den Master-Studiengang in Ernährungstechnologie und Ernährungsforschung – „Michele Ferrero“ fort.

Hier sollen Spezialisten in den Bereichen Technologie, Biomedizin und Chemie ausgebildet werden, die in der Produktion eines Lebensmittelunternehmens oder in einem Forschungs- und Entwicklungslabor arbeiten können. Das im Rahmen des Masterstudiengangs vorgesehene Lehrangebot berücksichtigt die Änderungen in den Produktionsanforderungen der Lebensmittelindustrie, die durch veränderte Verbraucherwünsche, andere Lebensstile und die Auswirkungen der Globalisierung auf die Zusammensetzung der Bevölkerung entstehen.

Kulturelle Projekte

Die Fondazione Ferrero engagiert sich immer stärker für Kultur. Gemäß ihren Werten fördert sie Diskussionen zu einer aktiven, kreativen und verantwortungsvollen Kultur: Sie unterstützt und fördert kulturelle Initiativen gemeinsam mit lokalen, nationalen und internationalen Stiftungen, Einrichtungen und Institutionen, die miteinbezogen werden, um langfristige Projekte zu unterstützen, die der gesamten Gesellschaft nutzen sollen.

Außerdem vergibt die Fondazione Ferrero jedes Jahr nationale und internationale **Stipendien** für Kinder der Mitarbeiter und der Mitglieder der Fondazione Ferrero, und sie unterstützt wissenschaftliche Forschungsprojekte sowie Doktoranden. Sie liefert Impulse und Finanzmittel für Projekte, mit denen Wissenschaft und Forschung, Kunst und Kultur sowie Wirtschaft und Soziales vertieft und miteinander verbunden werden und fördert insbesondere das Wissen über wichtige Persönlichkeiten der Geschichte Albas und des Piemonts, in der Hoffnung, auch im Ausland Interesse zu wecken.

Die Fondazione Ferrero organisiert regelmäßige Treffen als Teil eines „**Konferenzzyklus**“.

Im Berichtsjahr fanden folgende Projekte statt:

- Professor Franco Ferrarotti von der La Sapienza in Rom hielt einen Vortrag mit dem Titel: „Zurück in die Wälder. Der Baummensch in der industrialisierten Welt“, in dem er über die Möglichkeiten für Menschen in einer Industriegesellschaft sprach, mit der Natur in den Dialog zu treten;
- Bruno Gambarotta und Peppino Ortoleva analysierten, wie sich der Umgang mit Kunst, Literatur und Wissenschaft im Fernsehen verändert hat;
- Luca Bonfanti, Professor an der Universität Turin, sprach über Stammzellen zwischen Wissenschaft und Science Fiction;
- Francesco Tiradritti erzählte von der italienischen Archäologiemission in Luxor;
- Mario Calabresi, Direktor der La Stampa, erzählte über einige Aspekte der zweiten Amtszeit von Barack Obama;
- Piero Bianucci präsentierte sein Buch „Storia sentimentale dell’astronomia“;
- Stefano Gresta, Präsident des Istituto Nazionale di Geofisica e Vulcanologia illustrierte die Mechanismen seismischer Aktivitäten im Hinblick auf Sicherheit, Vorhersage und Prävention, mit speziellem Bezug auf das Piemont;
- Stephen Fox und Massimo Pomponi präsentierten bei Ara Pacis Augustae in Rom ihr Buch „Pertinace“ über den römischen Imperator Publius Helvius Pertinax, der 126 v. Chr. in Alba Pompeia geboren wurde.

Schließlich gibt die Fondazione Ferrero die vierteljährlich erscheinende Zeitschrift „**Filodiretto**“ heraus, die von mehr als zwanzigtausend Mitarbeitern und ehemaligen Mitarbeitern in aller Welt gelesen wird. Die Zeitschrift wird in vier Sprachen übersetzt (Englisch, Deutsch, Französisch und Spanisch) und liefert einen Überblick über die Aktivitäten der Gruppe, der Gruppengesellschaften und der Fondazione Ferrero.

Rosetta Roggero,
89 Jahre, arbeitete 37
Jahre als Arbeiterin bei
Ferrero



„Ich wollte nicht in Rente gehen, ich mochte meine Arbeit, meine Kollegen und Nutella... In Rente gegangen bin ich vor dreißig Jahren. Einmal im Monat treffen wir uns, um den Versand von dreitausend Exemplaren des internen Informationsblattes „Tra l'altro“ an die Mitglieder der Fondazione vorzubereiten.

Wir plaudern dann über alles: über die, die gestorben sind, über die, die noch leben, über die Arbeit damals, Erinnerungen, Rezepte...

Ich komme jeden Tag in die Fondazione, sie ist mein zweites Zuhause.“

Zukünftige Projekte

Gemeinsam mit der Galleria Civica d'Arte Moderna e Contemporanea Turin und in Zusammenarbeit mit der Soprintendenza per i Beni Storici, Artistici ed Etnoantropologici des Piemont arbeitet die Fondazione Ferrero an einem Ausstellungsprojekt, das im **Herbst 2014** eröffnet wird: „**Felice Casorati. Sammlungen und Ausstellungen in Europa und Amerika**“, die seine Gemälde von den 1910er bis zu den 1950er Jahren zeigen soll. Kuratorin dieser großen Casorati-Retrospektive ist Giorgina Bertolino. Ziel ist es dabei, eine Ausstellung zu schaffen, die das ganze Spektrum der Arbeiten und Erfahrungen Casoratis widerspiegelt.

2015 beabsichtigt die Fondazione Ferrero, einen internationalen Wissenschaftskongress zum Thema **Silver Society** zu organisieren und sich den Themen Altern und dem Wohlbefinden **im Alter** zu widmen. Der Kongress bietet die Möglichkeit, technische Lösungen zu analysieren, um die Umwelt, in der wir leben, aktiv, intelligent und kooperativ zu gestalten und sie für ein unabhängiges Leben zu nutzen, das mehr Sicherheit, Einfachheit, Wohlbefinden und Zufriedenheit bietet. Der Kongress richtet sich an Ärzte, Pflegepersonal, Medizinstudenten, Schüler medizinischer Fachschulen, Führungskräfte im Gesundheitsbereich, Psychologen und Soziologen.

Die Opera Sociale Ferrero in Deutschland

Die Opera Sociale Ferrero wurde 2008 am Produktionsstandort Stadtallendorf gegründet und bietet den ehemaligen Mitarbeitern ein breites Angebot an Aktivitäten, um sie dabei zu unterstützen, aktiv und gesund zu leben. Das auf drei Pfeilern beruhende Programm hat die ganze Person im Blick, um ein gesundes Altern zu gewährleisten.

Geist

Information und Lernen

Unterricht, Fortbildung zu speziellen Kompetenzen, kulturelle Veranstaltungen (z.B. Mal-, Computer-, Foto-, Theaterkurse)

Körper

Fitness und Ernährung

Sportliche Aktivitäten, Entspannungs- und Kochkurse (z.B. Radfahren, Spaziergänge, Gymnastikkurse, Gemeinschaftsküche)

Seele

Austausch und Geselligkeit

Gemeinsam Zeit verbringen und Erfahrungen austauschen (z.B. Kaffeetrinken, Oktoberfest)



Durch soziales Miteinander, den Austausch zwischen den Generationen und das Engagement aller ihrer Mitglieder motiviert die Opera Sociale Ferrero-Pensionäre, sich auch selbst für Aktivitäten und Projekte zu engagieren.

Bereits 2011 entstand das Projekt „**Generationenbrücke**“, bei dem junge Ferrero-Auszubildende gemeinsam mit den Mitgliedern der Opera Sociale deren „Geschichten“ entdecken, auch mithilfe von Fotos. Ziel ist der Austausch zwischen den Generationen, gegenseitiges Lernen und das Teilen der Ferrero-Werte.

Ein weiteres Projekt sind die „**Bücherwürmer**“, bei denen die Ferrero-Pensionäre Mitarbeiterkindern vorlesen: die Freiwilligen nahmen an Kursen für „Lesepaten“ teil. Für die Zukunft ist geplant, die gesammelten Erfahrungen zu nutzen, um Lesekurse für Kinder von Immigranten durchzuführen.

Im Rahmen des Projektes „**Der Energie auf der Spur**“ sollen die Aktivitäten für eine bessere Energieeffizienz von Ferrero durch Unterricht, Ausflüge, Interaktion sowie Veranstaltungen für die ehemaligen Mitarbeiter und ihre Enkel auf die Opera Sociale ausgedehnt werden. Dadurch soll über die Bedeutung eines effizienten, bewussten Energieverbrauchs informiert werden, um Ressourcen und die Umwelt zu schützen.

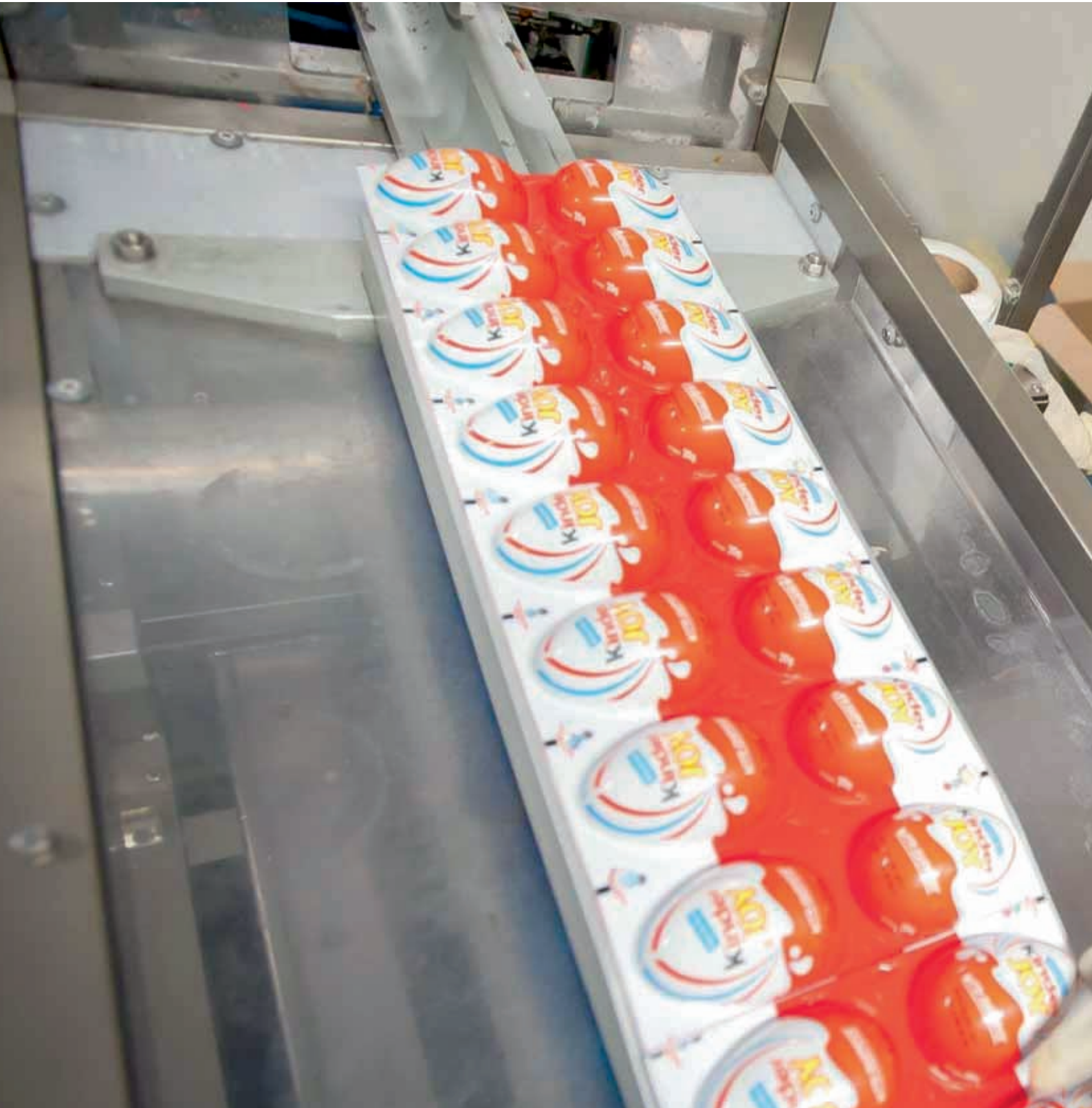
Die Opera Sociale Ferrero in Zahlen

Im Berichtszeitraum nutzten **473 ehemalige Mitarbeiter** das Angebot, davon:

- 76% aus Stadtallendorf;
- 24% aus Frankfurt;
- 36% Frauen, 64% Männer;
- 80% im Alter zwischen 60 und 74 Jahren und 20% zwischen 75 und 90 Jahren;
- Insgesamt 58,4% nutzte mind. ein Angebot, aufgeteilt nach Standorten:
 - 63,3% aller Stadtallendorfer Mitglieder
 - 43,5% aller Frankfurter Mitglieder.

Die Opera Sociale bot **232 Aktivitäten und Veranstaltungen** an und erreichte damit **4.611 Teilnehmer**.





3. Imprese Sociali Ferrero



Imprese Sociali Ferrero

„...Vielen Dank dafür, dass Sie diesen Kindern und ihren Lehrern einen Ort gegeben haben, an dem sie in Würde lernen und lehren können. Ich danke Ihnen aus vollstem Herzen!“

*Louis Taylor,
Mitarbeiter des südafrikanischen Bildungsministeriums und verantwortlich für die Beziehungen zu institutionellen Partnern des Projektes „94+ School Projects for Madiba (Mandela Day)“, zum Abschluss der Renovierungsarbeiten der Japie-Greyling-Schule, die von der Impresa Sociale Ferrero in Südafrika durchgeführt wurden*

Die Imprese Sociali Ferrero sind vollwertige Wirtschaftsunternehmen, die auf einem rein unternehmerischen Konzept basieren. Das heißt, sie sollen einen Gewinn erwirtschaften. Aber ihnen liegt auch ein sozialer Gedanke zugrunde, denn ihr Ziel ist es, Arbeitsplätze zu schaffen und die schwerwiegenden Folgen der Arbeitslosigkeit in den weniger begünstigten Gebieten von Schwellenländern zu bekämpfen.

Dieser soziale Gedanke äußert sich auch darin, in den Gebieten, wo die Imprese Sociali Ferrero tätig sind, soziale und humanitäre Initiativen und Projekte umzusetzen, deren Ziel es ist, Kindern Gesundheit, Bildung und soziale Entwicklung zu ermöglichen. Diese Initiativen stehen im Zeichen der



Die Imprese Sociali Ferrero sind seit 2006 in Kamerun (Yaoundé) und seit 2007 in Indien (Baramati/ Pune, Maharashtra) sowie Südafrika (Walkerville/ Midvaal, Gauteng) tätig.



Kamerun (Yaoundé)



Indien (Baramati/Pune, Maharashtra)



Südafrika (Walkerville/Midvaal, Gauteng)

Die Mission der Imprese Sociali Ferrero

Die Mission der Imprese Sociali Ferrero beruht auf zwei Grundprinzipien:

A) Schaffung von Arbeitsplätzen

Durch dieses Engagement geben die Imprese Sociali den Menschen nicht nur die Chance, ein Einkommen zu erzielen, mit dem sie die Lebenshaltungskosten für sich und ihre Familien bestreiten können, sondern sie:

- verleihen den Arbeitern Würde und vor allem die Fähigkeit, ihr Schicksal selbst in die Hand zu nehmen;
- stellen eine professionelle Ausbildung und Qualifikation sicher;
- schaffen eine Kultur der Arbeit, die die Quelle für Weiterentwicklung und sozialen Fortschritt ist.

Durch die Produktionsstandorte werden auch lokale Zulieferer gefördert, indem lokal beschaffte Rohstoffe bevorzugt werden. Dies schafft weitere Arbeitsplätze und führt so wiederum zu wirtschaftlicher Weiterentwicklung und Wohlstand für die gesamte Gemeinschaft vor Ort.

B) Umsetzung von Projekten und Initiativen sozialer und humanitärer Natur

Zur Erreichung dieser Ziele wird ein Sozialfonds geschaffen, dessen Höhe sich nach dem jährlich von der jeweiligen Produktionsstätte produzierten Volumen richtet. Dieser Betrag wird dann auf ein lokales Bankkonto überwiesen und über einen Zeitraum von drei Jahren für die Durchführung bestimmter sozialer Projekte verwendet, die nach Rücksprache mit lokalen Behörden bestimmt und in Abstimmung mit der Fondazione Ferrero durchgeführt werden. Die von den Imprese Sociali Ferrero bisher durchgeführten sozialen und humanitären Initiativen betrafen vor allem die Unterstützung von Kindern in den Bereichen Gesundheit und Bildung. Dazu gehören Wiederaufbau und Renovierung öffentlicher Schulen und Kindergärten, Unterstützung für medizinische und unterstützende Einrichtungen für Kinder ohne festen Wohnsitz sowie Seminare für Teenager, um sie über die Prävention übertragbarer Krankheiten aufzuklären.

Eine ausführlichere Beschreibung der Mission und der Aktivitäten der Imprese Sociali Ferrero finden Sie unter www.ferrerosocialenterprises.com sowie in den vorhergehenden CSR-Berichten, die im Internet unter www.ferrerocsr.com zur Verfügung stehen.

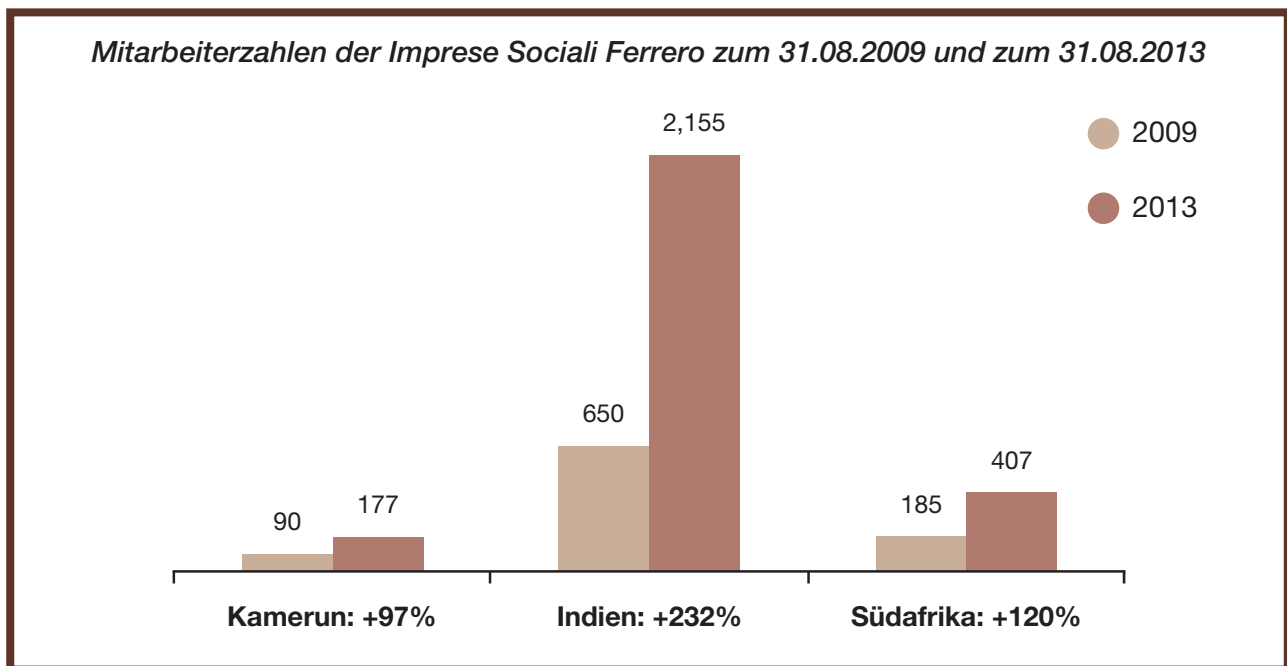
Basierend auf dem Beispiel der Imprese Sociali Ferrero haben ab dem Geschäftsjahr 2012/2013 auch die beiden neuen Produktionsstandorte in der Türkei und in Mexiko in den Gemeinschaften, in denen die Imprese Sociali tätig sind, einen Sozialfonds eingerichtet, der zur Umsetzung ähnlicher Produkte zur Unterstützung von Kindern und Jugendlichen bestimmt ist.

Beschäftigungsentwicklung und soziale Auswirkungen

Zum 31. August 2013 arbeiteten 2.739 Personen¹ für die Imprese Sociali Ferrero, also 9% aller Mitarbeiter der Gruppe.

Im Berichtszeitraum hatten die Imprese Sociali Ferrero folgende Mitarbeiterzahlen: 177 in Kamerun, 407 in Südafrika und 2.155 in Indien. Das Werk in Indien wurde zwar erst 2011 gebaut, doch lag es 2013 bereits auf dem vierten Platz nach Mitarbeiterzahl unter den insgesamt 20 Werken der Ferrero-Gruppe.

Wenn man bedenkt, dass es sich bei den Imprese Sociali Ferrero um eine relativ junge Initiative handelt, beweist diese sehr rasche Zunahme der Arbeitnehmerzahl sehr deutlich, welche Bedeutung der Schaffung von Arbeitsplätzen in den Schwellenländern zukommt.

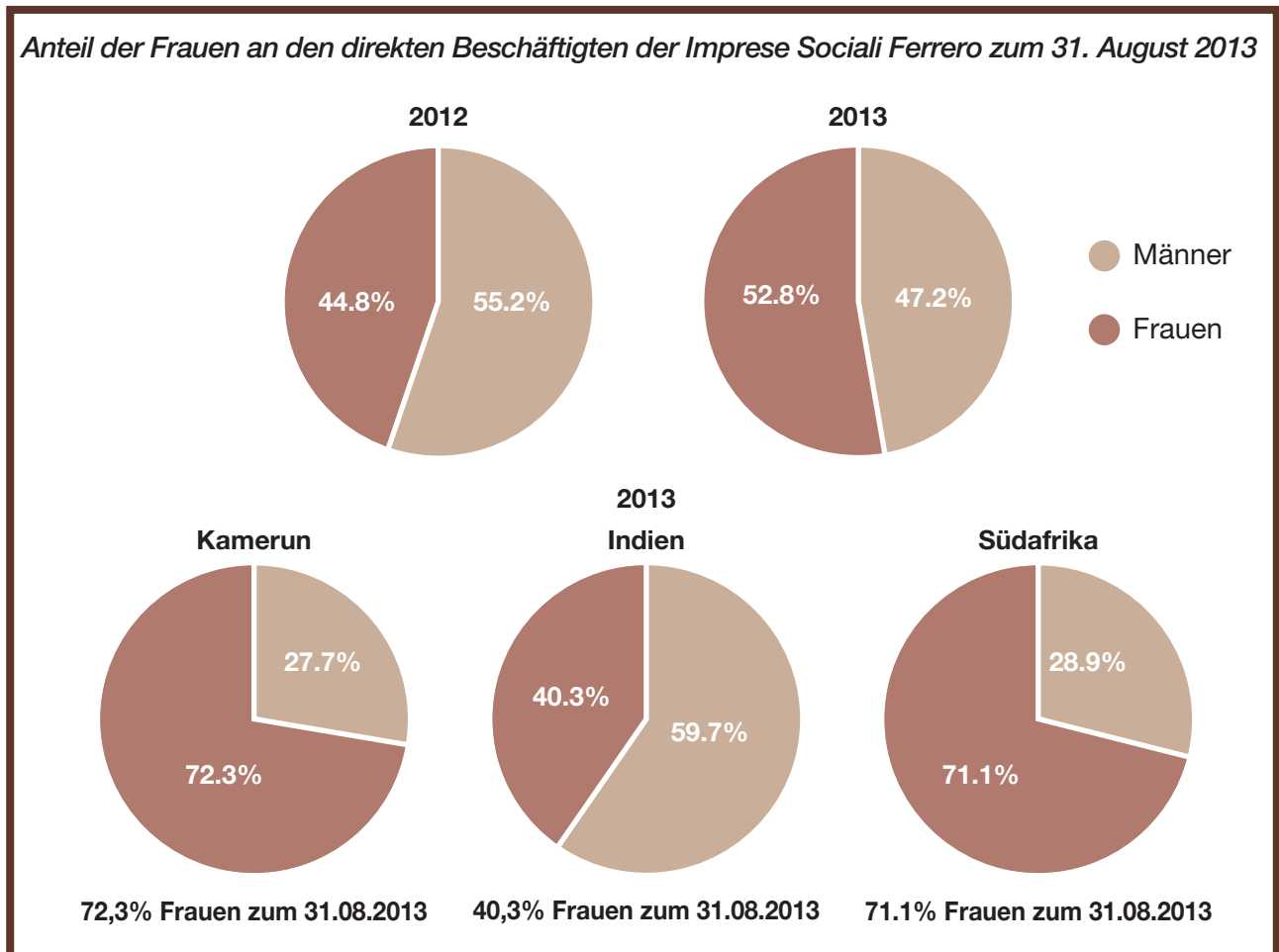


Nach Ferrero-internen Schätzungen arbeiten für jeden direkt in der Süßwarenindustrie beschäftigten Arbeiter drei weitere in Zulieferbetrieben (Beschaffung von Rohstoffen und Verpackungen, Logistik etc.). Dies trägt dazu bei, einen positiven Kreislauf in Gang zu setzen, der die Bedingungen für eine nachhaltige Entwicklung in den Gemeinschaften fördert, in denen die Imprese Sociali Ferrero tätig sind.

Der Anteil der Frauen an der Belegschaft der Imprese Sociali Ferrero ist in Südafrika und Kamerun weiterhin sehr hoch, während in Indien die Zahl der

¹ Diese Zahl schließt auch externe Ferrero-Mitarbeiter ein, wie etwa Mitarbeiter mit Zeitverträgen oder Außendienstmitarbeiter.

weiblichen Mitarbeiter geringer ist, was vor allem auf kulturelle, wirtschaftliche und logistische Gründe zurückzuführen ist.



Die sozialen Auswirkungen der Beschäftigungsentwicklung werden außerdem in Bezug auf die Zusammensetzung der Haushalte gemessen, die direkt vom Einkommen der in den Imprese Sociali Ferrero beschäftigten Personen profitieren. Im Durchschnitt besteht eine Familie in den Ländern, in denen die Imprese Sociali Ferrero beschäftigt sind, in Kamerun aus 6,5 Personen, in Indien aus 5,3 und in Südafrika aus 3,6.

**Demographisches Profil der in den Imprese Sociali Ferrero beschäftigten Mitarbeiter
Fallbeispiel Südafrika².**

Durchschnittsalter	unter 35
Durchschnittliche Zahl der direkt abhängigen Personen pro Mitarbeiter	2.5
Durchschnittliche Kinderzahl pro Mitarbeiter	1.6
Durchschnittliche Zahl der Familienmitglieder	4.4

² Die Zahlen beinhalten keine Mitarbeiter mit Zeitvertrag.

Entwicklung der industriellen Aktivitäten: lokale Auswirkungen und Relevanz innerhalb der Gruppe

Die von den Imprese Sociali Ferrero an ihren Produktionsstandorten eingesetzte Technik ist:

- **innovativ und automatisiert**, wenn es um die Lebensmittelkomponente des Produktes geht, um zu gewährleisten, dass die Produkte genauso sicher und von derselben hohen Qualität sind wie im Rest der Welt;
- **manuell**, was die Non-Food Komponente betrifft, vor allem bei der Produktion von Kinder® Joy sowie bei anderen Tätigkeiten, um so vielen Personen wie möglich Arbeit zu geben.

In allen drei Werken wird der Lebensmittelbestandteil von Kinder® Joy mit hochautomatisierten Anlagen produziert, während die Überraschungsteile manuell in den Teil des Eies gelegt werden, der die Überraschung enthält.

Die Impresa Sociale
Ferrero in Indien:
Manuelles Einfügen der
Überraschungen bei
Kinder® Joy



Genauso wird Tic Tac® in Indien und Südafrika mithilfe automatisierter, von Ferrero entwickelter Technologie hergestellt, während das Konfektionieren der Ware halbmanuell erfolgt.

Im Geschäftsjahr 2012/2013 wurden **90% der von den Imprese Sociali Ferrero verwendeten Rohstoffe von lokalen Erzeugern gekauft, was einer Zunahme von 15% gegenüber dem vorherigen Geschäftsjahr entspricht.**

Durch die lokale Beschaffung der Rohstoffe werden in der Zulieferindustrie weitere Arbeitsplätze geschaffen. Bei der Impresa Sociale in Kamerun ermöglicht die Entscheidung, sie noch stärker zu einem Forschungs- und Testzentrum für Rohstoffe sowie zu einem Standort für die Produktion von Halbfertigerzeugnissen auszubauen, eine Stärkung der Handelsbilanz des Landes, dank des Mehrwertes durch den Export dieser Produkte.

Soziale Initiativen

Die ersten Lebensjahre sind die „intensivsten“ und wichtigsten im Leben eines Menschen³: man lernt vieles, entwickelt Emotionen, und die Grundlagen der eigenen Persönlichkeit bilden sich. Das alles geschieht mit einer Intensität wie in keiner anderen Phase des Lebens. Diese Überlegung ist alleine bereits ausreichend, um die enorme Bedeutung des in Alba von der Fondazione Ferrero eingerichteten Kindergartens darzustellen. Der Kindergarten steht sowohl den Kinder der Mitarbeiter des Werkes in Alba als auch Kindern aus Alba offen.

Durch das Modell Alba entwickelten auch die Imprese Sociali Ferrero ein zunehmendes Interesse an **sozialen und humanitären Projekten zur Unterstützung von Bildung und Wohlergehen von Kindern im Vorschulalter.**

Die indische Gesetzgebung⁴ schreibt vor, dass jede industrielle Produktionsstätte einer gewissen Größe, die dauerhaft mehr als 30 Arbeiterinnen beschäftigt, auf dem Firmengelände eine einfache Einrichtung zur Betreuung ihrer Kinder anbieten muss. Im Allgemeinen wird diese Anforderung dadurch erfüllt, dass ein größerer Raum zur Verfügung gestellt wird sowie eine kleine Zahl von Mitarbeitern, die ein Minimum an Betreuung für die Kinder gewährleisten. Als Teil der Sozialprojekte der Imprese Sociali Ferrero wurde jedoch im Geschäftsjahr 2012/2013 in Indien eine Architekturstudie für den Bau eines richtigen Kindergartens durchgeführt, der auf dem großen, noch nicht bebauten Gelände um das Werk Baramati liegt und etwa einhundert Meter vom Werk entfernt ist. Das sehr ehrgeizige Ziel ist es hier, nicht nur Mitarbeiterkinder zu betreuen und zu fördern, sondern auch einen Teil der Plätze für Kinder aus der Gemeinde zu reservieren, in der die Impresa Sociale Ferrero tätig ist.

Der architektonische Entwurf sieht den Bau einer großzügigen Struktur vor, die pro Arbeitsschicht Platz für 120 Kinder bietet, um den potentiellen Anmeldungen wirklich gerecht werden zu können. Das Gebäude besteht aus konzentrisch angeordneten und modular aufgebauten Gebäuden, die sowohl innen als auch außen über viel offenen Raum verfügen. Durch diese Struktur kann der Komplex gegebenenfalls in Zukunft durch das Hinzufügen weiterer Module vergrößert werden.

Mit den Bauarbeiten wurde Ende Juli 2013 begonnen, geplante Bauzeit ist etwa ein Jahr. Die Eröffnung soll im Herbst 2014 stattfinden.

³Theorie der kognitiven Entwicklung von J. Piaget

⁴The Factories Act, 1948, Kapitel 4, Absatz 48



Impresa Sociale Ferrero in Indien: digitales Modell des Kindergartens in Baramati

In Kamerun wurde auf Bitte des Ministeriums für Grundbildung ein Projekt zum Wiederaufbau einer Vorschule in einem Stadtviertel von Yaoundé, der Cité Verte, eingeleitet, wo auch die Familien einiger der Mitarbeiter der lokalen Impresa Sociale Ferrero wohnen. Bei der betroffenen Schule handelt es sich um ein Holzgebäude, das die Eltern der Kinder gebaut haben und in dem derzeit etwa 90 Kinder betreut werden. Das Gebäude befindet sich in einem desolaten Zustand, durch das Blechdach dringt Wasser ein und die sanitären Einrichtungen sind ebenfalls in sehr schlechtem Zustand. Eine einzige Latrine – die sich in der Mitte des Schulhofs befindet – wird von insgesamt etwa 200 Personen genutzt (den 90 Kindern der Vorschule, Kindern aus einer anderen Vorschule in der Nähe und dem Schulpersonal). Im Rahmen des Projektes ist vorgesehen, den derzeitigen Komplex einzureißen und ein neues Gebäude aus Stein zu errichten.

Mit den Arbeiten soll im Geschäftsjahr 2013/2014 begonnen werden.

Impresa Sociale Ferrero
in Kamerun.
Vorschule Cité Verte:
derzeitiges Gebäude
aus Holz



Impresa Sociale Ferrero
in Kamerun.
Modell der Vorschule
Cité Verte: zukünftiges
Gebäude aus Stein



Umfassende Renovierung der Japie-Greyling-Schule (Daleside/ Midvaal/ Gauteng – Südafrika)

Im 4. Bericht zur sozialen Verantwortung von Ferrero wurde detailliert über die Renovierungsarbeiten an der Japie-Greyling-Schule berichtet. Durch dieses Projekt konnte die Schule unter anderem:

- eine Hybridheizanlage (Solar und Elektrik) einrichten und so die Heizkosten reduzieren, die bei der bisher installierten Heizanlage unbezahlbar hoch waren;
- das Gebäude behindertengerecht ausbauen; dies ist damit die einzige Schule im Schulbezirk Walkerville, die diesen Service anbieten kann;
- die Zahl der Schüler von 249 im Jahr auf derzeit mehr als 400 steigern.

Außerdem ist die Schule nun dank der an den Sportanlagen durchgeführten Renovierungsarbeiten und der Einrichtung einer Mensa nun in der Lage, ihre Leistungen nicht mehr nur Schülern und Personal anzubieten, sondern auch weiteren Personen, so dass die Zahl etwa doppelt so hoch ist wie vor der Renovierung.





4. Kinder+Sport



Kinder+Sport – Zukunft in Bewegung



Ein Richtungswechsel

Kinder+Sport entstand in den 90er Jahren zur Unterstützung der Marke Kinder. In der Tat haben die Marke Kinder und die Welt des Sports immer das gleiche Ziel verfolgt: sich für ein glückliches Aufwachsen von Kindern einzusetzen. Aus diesem Grund begann die Marke, eine Reihe sportlicher Aktivitäten zu fördern, um Kindern und Jugendlichen einen positiven Lebensstil näherzubringen und ihnen Vorbilder zu liefern.

Außerdem erkannte Ferrero im Laufe der Zeit, welchen Wert und welche Vorteile Kinder+Sport indirekt für die Gesellschaft hat. Diese Erkenntnis wurde noch bekräftigt durch den Erfolg des Projektes, mit dem im Geschäftsjahr 2011/2012 zwölf Millionen Kinder und Jugendliche in vielen Ländern auf der ganzen Welt erreicht wurden.

Genau aus diesem Grund hat sich die Ferrero-Gruppe zu einem weiteren, entscheidenden Schritt entschlossen: sie machte Kinder+Sport zum vierten Pfeiler ihrer sozialen Verantwortung. Kinder+Sport verlor so jeglichen werblichen Charakter zugunsten seiner sozialen Ausrichtung. Heute ist Kinder+Sport ein proaktives, globales Projekt zur Förderung eines aktiven Lebensstils bei der jungen Generation.

Der neue Schwerpunkt des Projektes auf sozialer Verantwortung zeigt sich auch im neuen Design des Logos, bei dem die Größe des Wortes „Kinder“ verringert wurde. Diese Entscheidung wurde getroffen, um zu zeigen, worum es bei dem Projekt eigentlich geht: um die Förderung von Bewegung. Kinder unterstützt dies weiterhin mit Stolz, in dem Bewusstsein, seine Werte in der Gesellschaft und den Spaß von Kindern und Jugendlichen an Bewegung zu fördern.

In einer Zeit, in der die Zahl der Kinder, die sich wenig bewegen und übergewichtig sind, in alarmierender Weise steigt, hat sich Kinder+Sport als das Projekt der Ferrero-Gruppe etabliert, das einen dynamischen Lebensstil als grundlegenden Bestandteil des täglichen Lebens von Kindern, Jugendlichen und Familien fördert.



Fünf Wege zur Veränderung

1. Klare Regeln

Bereits im vorhergehenden CSR-Bericht haben wir die strengen Richtlinien für die Umsetzung des Projektes präsentiert und in den „10 Geboten“ zusammengefasst, die auf folgenden grundlegenden Aspekten beruhen:

- konsequent internationale Entwicklung des Projektes;
- Fokussierung auf Sportprojekten für Kinder und Jugendliche;
- Auswahl von Sportarten und Aktivitäten nach Zugänglichkeit und erzieherischem Wert;
- Darstellung von Sport als Chance, sich zu bewegen und aktiv zu leben, und nicht als Wettbewerb;
- Auswahl geeigneter Partner;
- Beteiligung von „Sportbotschaftern“, die die positiven Werte von Sport und Bewegung repräsentieren.

DIE „10 GEBOTE“



<p>Verantwortungsvoll</p> 	<p>Global</p> 	<p>Schlüssig</p> 	<p>Edukativ</p> 	<p>Interdisziplinär</p> 
<p>Kinder+Sport ist ein Projekt der sozialen Verantwortung, das sich für Kinder, Familien und Gemeinschaften einsetzt.</p>	<p>Ist in aller Welt aktiv und handelt gemeinsam mit nationalen und internationalen Sportverbänden.</p>	<p>Verfolgt ein genaues, konsequentes Ziel, um die junge Generation zu einem aktiven Lebensstil zu ermutigen.</p>	<p>Es soll Kinder dazu bringen, mit anderen in Kontakt zu treten, sich zu integrieren und Vertrauen in sich selbst zu haben.</p>	<p>Umfasst unterschiedliche Aktivitäten: beliebte Sportarten und Bewegungsspiele, die gewaltfrei sind, niemanden ausschließen und für Familien geeignet sind.</p>
<p>Vor Ort</p> 	<p>Wertbildend</p> 	<p>Nicht kommerziell</p> 	<p>Wiedererkennbar</p> 	<p>Nahe am Menschen</p> 
<p>Findet lokal statt, um Bewegung in den Alltag von Familien zu integrieren.</p>	<p>Vermittelt positive Werte, die von Botschaftern aus der Welt des Sports verkörpert werden.</p>	<p>Verfolgt keinerlei kommerziellen Zweck.</p>	<p>Ist in aller Welt durch seine klare Identität und die einzigartige Herangehensweise an den Sport wiedererkennbar.</p>	<p>Ist in der Lage, eine große Zahl von Menschen einzubeziehen.</p>

2. Starke Partnerschaften

Ferrero arbeitet weltweit mit **anerkannten, qualifizierten** Partnern zusammen, um sicher zu sein, spezielle Programme zu unterstützen, bei denen Kinder und Jugendliche etwas lernen können. Kinder+Sport kooperiert seit jeher mit Vereinen, Olympischen Komitees, nationalen und internationalen Sportverbänden und pädagogischen Einrichtungen, die wichtige, kompetente Partner bei der Planung und Umsetzung von Aktivitäten für Kinder und Jugendliche sind und die uns dabei helfen, Bewegung innovativ zu betrachten.

Unsere Partner



3. Edukativer Ansatz

Im **Mittelpunkt** aller unserer Entscheidungen steht der **pädagogische Aspekt**, sowohl bei der Auswahl der umzusetzenden Aktivitäten als auch bei der Entscheidung für innovative Projekte. Dabei sind wir überzeugt, dass Sport und Bewegung auch aus emotionaler und sozialer Sicht von grundlegender Bedeutung für das Aufwachsen von Kindern sind.

4. „Glokale“ Entwicklung

Ziel ist es, das Projekt verantwortungsvoll und stimmig **in die ganze Welt** zu tragen – **also global** – zu machen. Gleichzeitig sind wir **vor Ort** – **also lokal** – tätig, um Bewegung in das tägliche Leben der Familien zu integrieren, wobei lokalen Anforderungen und Besonderheiten große Aufmerksamkeit gewidmet wird.

5. Messbarkeit

Wir haben konkrete **Key Performance Indicators** (Leistungskennzahlen) definiert, um die Qualität des Projektes zu messen und so eine kontinuierliche Verbesserung der Resultate sicherzustellen. Mit diesen Kennzahlen wird der Projektfortschritt überwacht und die Effizienz der Kinder+Sport-Aktivitäten sowie ihre Übereinstimmung mit den vorgegebenen Zielen überprüft.



Die neuen Schlüsselprinzipien

Kinder+Sport glaubt fest daran, dass aktive Kinder eher aktive Erwachsene werden und dass Sport und Bewegung äußerst wichtig für Kinder sind, weil sie zur harmonischen Entwicklung des Körpers beitragen und ihnen wichtige Fähigkeiten vermitteln, die ihnen als Individuen und als verantwortungsvolle Bürger von morgen von Nutzen sind.

Kinder+Sport ermutigt Kinder daher dazu, Bewegung zu einem regelmäßigen Bestandteil ihres Lebens zu machen, was ihre Entwicklung positiv beeinflusst und damit auch Familien und Gemeinschaften unterstützt.

In einzigartiger Weise erreicht Kinder+Sport, dass:

- eine große Zahl von Kindern sich bewegt;
- die **schönsten Werte des Sports** – Freundschaft, Solidarität, Integration, Vertrauen in sich selbst und andere, also wichtige Prinzipien, um zu verantwortungsvollen, bewussten Erwachsenen zu werden – kommuniziert und gelebt werden;
- die **Familien einbezogen** werden, sodass auch sie sich gerne und regelmäßig bewegen;
- Bewegung zu etwas **Positivem** wird, das **Spaß macht**.

Kinder+Sport motiviert also die jüngere Generation, einen aktiven Lebensstil zu übernehmen und bietet ihnen die Möglichkeit zu entdecken, dass **Bewegung Spaß** macht.

Unsere Überzeugung:

Wir sind davon überzeugt, dass aktive Kinder eher auch aktive Erwachsene werden.

Unsere Vision:

Wir inspirieren zukünftige Generationen, eine Kultur der Bewegung als Teil eines Lebens voller Freude zu sehen.

Unser Ziel:

Wir erleichtern Kindern in aller Welt den Zugang zu Bewegung.

Joy of moving



Kinder+Sport Programme

Wir glauben fest daran, dass Taten mehr zählen als Worte. Daher handeln wir konkret und bieten eine immer größere Zahl von Aktivitäten in aller Welt an.

Kinder+Sport:

- fördert Wettkampfveranstaltungen für Kinder und Jugendliche;
- unterstützt Bewegungsprogramme;
- beliefert Schulen mit technischer Ausrüstung;
- unterstützt internationale Schülerwettbewerbe;
- organisiert Veranstaltungen, bei denen Kinder verschiedene Sportarten ausprobieren können;
- kooperiert mit Sportlern und ehemaligen Topathleten, die „Botschafter“ für einen aktiven Lebensstil sind und die positivsten Werte des Sports verkörpern;
- sponsert Sportveranstaltungen.



Von besonderer Bedeutung ist die Fortführung der Partnerschaft mit der ISF (**International School Sport Federation**), eines Verbandes, der auf internationale Sportwettkämpfe für Schüler spezialisiert ist, an denen weltweit 40 Millionen Jugendliche teilnehmen. Durch diese Partnerschaft können wir Sporterziehung für Schüler der Sekundarstufe fördern.

2012 wurde in Italien in Kooperation mit renommierten institutionellen Partnern* das auf drei Jahre ausgelegte Studienprojekt „**Village**“ initiiert. Es handelt sich hier um ein Testprojekt, entwickelt von einem wissenschaftlichen Komitee, das aus Experten renommierter Institutionen und angesehener Universitätsinstitute aus Italien (Università degli Studi di Roma – Foro Italico, Università di Tor Vergata) und anderen Ländern (Universitäten Chichester, Jyväskylä, Thessaly, College of New Jersey, Universitäten Georgia und Virginia Commonwealth) besteht. Bei dem Projekt kommen spielerisch-sportliche Aktivitäten zum Einsatz, die speziell für Kinder entwickelt wurden, aber nicht auf dem Wettkampfgedanken beruhen. Bewertet wird, welche Wirkung didaktische, sportaffine und kreative Spiele haben, die originell und innovativ sind und durch Bewegung die physische, kognitive und soziale Entwicklung der Kinder fördern. Im Rahmen der Studie wird die Wirkung der für die verschiedenen Aspekte der Entwicklung von Kindern verwendeten Methode quantitativ erforscht, während die Umsetzung des Projektes sowie die Synergien zwischen den verschiedenen Akteuren qualitativ bewertet werden. Das Projekt „Village“ wurde vom Ethikausschuss „Sapienza“ der Poliklinik Umberto I in Rom genehmigt (Prot. Nr. 969/13).

*Stadt Alba, Referat Bildung, Sport und Gesundheit der Region Piemont, MIUR Region Piemont, USP Cuneo, CONI Region Piemont, Università degli Studi di Roma – Foro Italico.



Globale Ergebnisse 2012/2013

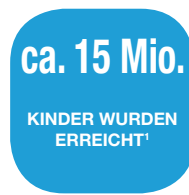
Olympische Komitees

CONI, Italien
DOSB, Deutschland
COC, Kroatien

Das Geschäftsjahr 2012/2013 war der Strategieumsetzung des Projektes auf globaler Ebene gewidmet. In der Tat zeigen die Ergebnisse einen beträchtlichen Fortschritt gegenüber dem Vorjahr: insgesamt wurden weltweit **15 Millionen Kinder** erreicht.

Disciplines

- Badminton 
- Basketball 
- Beachvolleyball 
- Fechten 
- Fußball 
- Handball 
- Kunstturnen 
- Laufen 
- Leichtathletik 
- Schwimmen 
- Segeln 
- Synchronschwimmen 
- Tauchen 
- Tennis 
- Tischtennis 
- Volleyball 
- Völkerball 
- Wasserball 



¹ Zahl der durch die Kommunikation von Kinder+Sport erreichten Kinder.

² Zahl der Kinder, die aktiv an den von Kinder+Sport unterstützten Programmen und Veranstaltungen teilnahmen.

Active countries

- Belgien
- China
- Deutschland
- Frankreich
- Großbritannien (Pilotprojekt)
- Hongkong
- Italien
- Kroatien
- Mexiko
- Österreich
- Polen
- Portugal
- Rumänien
- Russland
- Schweiz
- Slowenien
- Spanien
- Taiwan
- Tschechische Republik
- Ungarn



Projekte

Kinder+Sport ist ein Programm, das sich ständig weiterentwickelt und immer nach innovativen Ideen sucht, um eine Kultur der Bewegung zu verbreiten und den Zugang zu Bewegung zu ermöglichen.

Für dieses Ziel nutzen wir:

Eine edukative Kommunikation, die alle einbezieht

Die Effizienz des Projektes wird auch durch eine verantwortungsvolle Kommunikation erreicht. Kinder+Sport will Kinder und Familien zu einer Bewegungskultur inspirieren und ihnen dabei helfen, einen aktiven Lebensstil anzunehmen. Die Kommunikation hat eindeutig pädagogischen Charakter, will Wissen und Bewusstsein fördern und dazu ermutigen, aktiv zu werden.

Eingerichtet wurde auch ein umfassendes digitales Programm, das Freude an Bewegung vermittelt. Erster Schritt war dabei die Erstellung einer globalen Website, www.kinderplussport.com, die eine Rubrik zum Thema aktiver Lebensstil (Active Lifestyle) enthält. Dieser Bereich soll in den nächsten Monaten zu einem Ort werden, an dem Anregungen und Vorschläge ausgetauscht werden.

Das internationale wissenschaftliche Komitee, das das Programm begleitet, und die „Sportbotschafter“ werden sich hier inhaltlich beteiligen, wie auch die mit Kinder+Sport kooperierenden Institutionen.



Globale Formate

Kinder+Sport möchte seinen Aktionsradius in einzigartiger Weise auf die ganze Welt ausdehnen, auch durch Aktivitäten, mit denen Kinder und ihre Eltern gleichzeitig einbezogen werden können.

Ein Beispiel ist hier der „Kinder+Sport Family Run“, der im Oktober 2013 mit großem Erfolg in China (Guangzhou und Beijing) durchgeführt wurde. Diese Veranstaltung wird als Flagship-Event in aller Welt organisiert, denn es repräsentiert und vermittelt die **Werte von Kinder+Sport**: Freude an Bewegung, Gemeinsamkeit, Emotionen mit der Familie teilen.



Immer engere Zusammenarbeit mit den Institutionen

Zu den kurzfristigen Ziele von Kinder+Sport gehört die Zusammenarbeit mit einer immer größeren Zahl von Institutionen, wodurch wertvolle Synergien und Partnerschaften entstehen, die anspruchsvolle Bewegungsprojekte ermöglichen.

Für Kinder+Sport bedeutet Verantwortung, sich in den Dienst der Gesellschaft zu stellen und dabei eng mit Behörden und Institutionen zusammenzuarbeiten, um vor Ort spürbar etwas zu tun.

Forschungsprojekte

Kinder+Sport unterstützt auch Forschungsprojekte: neben dem „Village“-Projekt fördert es auch weiterhin das Programm „1,2,3...Minivolley FIPAV-Scuole Primarie KINDER+SPORT“, ein wissenschaftliches Monitoring-Projekt, dass das Sportmedizinische Institut Turin seit 2009 durchführt. In Zusammenarbeit mit dem italienischen Bildungsministerium (MIUR), dem italienischen Volleyballverband und dem italienischen Olympischen Komitee (CONI) soll im Rahmen dieses Projektes im Fünfjahreszeitraum 2009-2014 herausgefunden werden, ob sich der Body Mass Index (BMI) bei den Schülern der an dem Programm teilnehmenden Schulen verringert hat.



Die bisher erhobenen Daten zeigen, dass regelmäßige, geplante Bewegung positive Auswirkungen hat. Die endgültigen Ergebnisse werden 2016 vorliegen.

Spaß an der Bewegung auch am Arbeitsplatz

Ferrero möchte auch innerhalb des Unternehmens Initiative zeigen und positiv und inspirierend sein: deshalb arbeiten wir an Sportprogrammen für unsere Mitarbeiter und ihre Familien, um einen aktiven Lebensstil zu fördern.

Das Programm und seine internationale Umsetzung werden derzeit ausgearbeitet und im September 2014 umgesetzt.

Ziele für die Zukunft

Konsequenz und Effizienz sind von grundlegender Bedeutung für Kinder+Sport. Daher haben wir beschlossen, nach vorne zu blicken und uns ehrgeizige Ziele zu setzen. Bis 2017/2018 möchte Kinder+Sport Folgendes erreichen:

- **Seine Präsenz von 20 auf 30 Länder in aller Welt ausdehnen;**
- **Jedes Jahr 5 Millionen Kinder in Bewegung bringen;**
- **In jedem der 30 Länder, in denen Kinder+Sport präsent ist, mindestens ein Projekt in Partnerschaft mit Schulen und Bildungseinrichtungen durchführen.**





1942: Die von der Familie Ferrero eröffnete Konditorei in Alba

Die Ferrero-Gruppe



2013: Das von der Ferrero-Gruppe eröffnete Werk in Mexiko

Die Ferrero-Gruppe

Produktion gesamt	2011/2012	2012/2013	Produktions- steigerung
In Doppelzentnern	11.182.000	11.198.000	0,14%

Konsolidierter Nettoumsatz	2011/2012*	2012/2013	Produktions- steigerung
€/000	7.670.189	8.100.261	5,61%

Geographische Aufteilung des konsolidierten Nettoumsatzes	Italien	Restliches Europa	Außerhalb Europas
2012/2013	18%	59%	23%

Durchschnittlicher Personalstand der Gruppe	2011/2012	2012/2013	Zuwachs Personalstand
Zahl der Personen	22.298	22.831	2,39%

* Die Zahlen für 2011/2012 wurden nach Änderungen in der Darstellung einiger Elemente der konsolidierten GuV durch die Gruppe ab dem Geschäftsjahr 2012/2013 neu dargestellt. Darunter hatte die Neuklassifizierung einiger Werbekosten direkte Auswirkungen auf den Nettoumsatz.



Teil der sozialen Verantwortung von Ferrero ist es, Konsumenten in aller Welt innovative Produkte höchster Qualität und Frische zu bieten, deren Rohstoffe stets sehr sorgfältig ausgewählt sind.



Ferrero weltweit



Die Ferrero-Gruppe ist in 51 Ländern vertreten:

Argentinien	Dubai VAE	Italien	Monaco	Schweden	Tschechische Republik
Australien	Ecuador	Japan	Niederlande	Schweiz	Türkei
Belgien	Finnland	Kamerun	Norwegen	Singapur	UK
Brasilien	Frankreich	Kanada	Österreich	Slowakei	Ukraine
Bulgarien	Georgien	Kasachstan	Polen	Spanien	Ungarn
Chile	Griechenland	Kolumbien	Portugal	Sri Lanka	USA
China	Hongkong	Kroatien	Puerto Rico	Südafrika	
Dänemark	Indien	Luxemburg	Rumänien	Südkorea	
Deutschland	Irland	Mexiko	Russland	Taiwan	

Ferrero-Produkte werden in mehr als 160 Ländern der internationalen Gemeinschaft direkt oder über Handelspartner vertrieben.



Unsere 20 Produktionsstätten

Italien	Alba	1946
Deutschland	Stadtallendorf	1956
Frankreich	Villers-Ecalles	1960
Italien	Pozzuolo Martesana	1965
Australien	Lithgow	1974
Irland	Cork	1975
Ecuador	Quito	1975
Italien	Balvano	1985
Italien	S. Angelo dei Lombardi	1985
Belgien	Arlon	1989
Polen	Belsk	1992
Argentinien	La Pastora	1992
Brasilien	Poços de Caldas	1994
Kanada	Brantford	2006
Kamerun	Yaoundé*	2006
Indien	Baramati*	2007
Südafrika	Walkerville*	2007
Russland	Vladimir	2009
Mexiko	S. José Iturbide	2013
Türkei	Manisa	2013



* Impresa Sociale Ferrero



Unsere 8 landwirtschaftlichen Betriebe

Anbaubetriebe

Chile	1991
Argentinien	1994
Georgien	2007
Südafrika	2009
Australien	2011

Verarbeitungsbetriebe

Bulgarien	1996
Italien	2013
Türkei	2013




Rohstoffe

Im Jahr 2012/2013 verwendete die Gruppe insgesamt 1.402.328 Tonnen landwirtschaftliche Rohstoffe und Verpackungsrohstoffe.

Unsere 10 CSR-Ziele bis 2020

Für Menschenrechte		Status	
1	Ausweitung der Aktivitäten der Fondazione Ferrero und der Imprese Sociali Ferrero	Erreicht und aktualisiert	●
2	Umsetzung des Code of Business Conduct in der ganzen Wertschöpfungskette (ABCDE-Plan)	Erreicht	●
3	Unterstützung interner Maßnahmen zur Förderung der „ Diversitätskultur “	Bis 2015	●
Für die Umwelt		Status	
4	Selbst erzeugte elektrische Energie deckt 75% der in allen europäischen Produktionsstätten der Gruppe verbrauchten Energie, davon 25% aus erneuerbaren Energiequellen	Bis August 2014	●
	Umsetzung eines Energiemaßnahmenplanes auf globaler Ebene , in Einklang mit den lokalen Bedürfnissen bestehender und zukünftiger Produktionsstätten, abzielend auf eine Verringerung der Emissionen	Bis 2020	●
5	Verringerung der durch Produktionsaktivitäten verursachten CO₂-Emissionen um 40% (gegenüber 2007)	Bis 2020	●
	Verringerung der bei Transport und Lagerung erzeugten Treibhausgasemissionen (Tonnen CO ₂ -Äquivalente) um 30% (gegenüber 2009)	Bis 2020	●
6	Nutzung von Materialien aus erneuerbaren Energiequellen für Verpackungen (+10% gegenüber 2009)	Bis 2020	●
	100% Papier und Karton aus Primärfasern aus als nachhaltig zertifizierter Lieferkette	Bis 2014	●

Im Plan ● Nicht im Plan ●

Für die Rohstoffe		Status
	100% als nachhaltig zertifizierter Kakao	Bis 2020 
7	100% als nachhaltig zertifizierter Kaffee	Erreicht 
	100% als nachhaltig zertifiziertes segregiertes Palmöl	Bis 2014 
	100% raffinierter Rohrzucker aus nachhaltigen Quellen	Bis 2020 
8	100% der Haselnüsse rückverfolgbar	Bis 2020 
9	100% der Eier von Hühnern aus Bodenhaltung, um dem Tierschutz Rechnung zu tragen	Bis 2014 
Für einen gesunden Lebensstil		Status
10	Kontinuierliche Unterstützung und Ausweitung unseres Programms für den Sport „ Kinder+Sport “ durch Ausweitung auf 30 Länder und Beteiligung von 5 Millionen Kindern	Bis August 2018 

Im Plan  Nicht im Plan 

Organisationsstruktur der Gruppe

Die Gesellschaftsstruktur der Ferrero-Gruppe hat sich im Laufe der Zeit weiterentwickelt und dabei der weltweiten Expansion Rechnung getragen. Folgende Aspekte haben Geschichte und Wachstum der Ferrero-Gruppe wesentlich geprägt:

- die Kontinuität als Familienunternehmen,
- die Erschließung neuer Märkte,
- die Gründung neuer Produktionsstätten,
- konstante Produkt- und Verpackungsinnovationen,
- ein großes Augenmerk auf höchste Qualität und Frische.

Zum 31. August 2013 besteht die Gruppe aus 73 Gesellschaften, die von der Holding Ferrero International S.A., einer Gesellschaft nach luxemburgischen Recht mit Sitz in Luxemburg, konsolidiert und kontrolliert werden. Diese Gesellschaft ist das strategische und operative Zentrum der Gruppe und beschäftigt mehr als 500 Mitarbeiter.

Von den Neuigkeiten dieses Geschäftsjahres möchten wir hervorheben, dass die Ferrero-Gruppe im Hinblick auf eine Stärkung ihrer Rohstoffbeschaffung von der Stelliferi-Gruppe 100% des Geschäftes für Einkauf, Verarbeitung und Vertrieb naturbelassener Haselnüsse von hoher Qualität gekauft hat. Außerdem wurde ebenfalls mit Stelliferi ein Joint Venture für das Rösten von Haselnüssen und deren Verkauf in verschiedenen Verarbeitungsstadien gegründet.

Außerdem hat die Ferrero-Gruppe beschlossen, in den Bau neuer Produktionsanlagen in China zu investieren, um die Entwicklung der Ferrero-Produkte in diesem Land zu fördern.

Ferrero International wird seit 1998 nach einem klassischen Modell der „Corporate Governance“ geführt, in dem **Aktionärsversammlung und Verwaltungsrat (CdA)** eine zentrale Rolle spielen. Dem Präsidenten des CdA wird keine Exekutivrolle zugestanden, er gibt lediglich die Ausrichtung vor. Dem CdA gehören auch Mitglieder außerhalb der Familie Ferrero an, unter ihnen der Vizepräsident. Die aufgrund ihrer Qualifikationen und Kompetenzen gewählten Exekutivmitglieder des CdA werden einer leistungsorientierten Bewertung unterzogen.

Der CdA wird durch das **Group Leadership Team** unterstützt, einem Führungskomitee, das im Jahr 2011 gegründet wurde. Das Team setzt sich aus den Leitern der wichtigsten Unternehmensbereiche zusammen und spielt bei Entscheidungsprozessen sowie bei der Umsetzung der vom CdA definierten Unternehmensstrategien eine unterstützende Rolle.

Des Weiteren hat der CdA auch einen **Prüfungsausschuss** eingerichtet, der auf Holdingebene tätig ist. Dieser Ausschuss, der mehrheitlich aus gruppenexternen Fachleuten besteht, übt im Hinblick auf das interne Controlling eine beratende und vorschlagende Funktion für den CdA aus; mit seiner Hilfe legt der CdA Richtlinien fest, um die Effizienz des internen Controllings zu verstärken, auch durch konstante Anwendung von internationalen Best Practices.

Der Prüfungsausschuss von Ferrero International kontrolliert außerdem die Vorbereitung und Prüfung der Einzel- und konsolidierten Bilanzen. Er überwacht ferner die Effektivität und Effizienz der externen Prüfungsaktivitäten und der internen Prüfungsfunktion (Internal Audit).

Was den operativen Ablauf betrifft, so **kümmert sich die Ferrero-Gruppe um alle „Kernprozesse“ direkt**, also um folgende Prozesse, die von grundlegender Bedeutung sind:

- die Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten für Produkte sowie die damit zusammenhängenden Produktionsprozesse und -techniken, auch für Spielzeuge;
- Planung von Anlagen/Maschinen von strategischer Bedeutung;
- Produktion und Weiterverarbeitung;
- Strategisches Marketing, institutionelle Angelegenheiten, Entwicklungsaktivitäten sowie operative Aufgaben.

Außerdem wurden in den letzten Jahren weitere spezielle Initiativen zur vertikalen Integration eingerichtet, wie etwa:

- Entwicklung eigener Anpflanzungen entlang der landwirtschaftlichen Produktionskette von Haselnüssen, mit dem Ziel, einen Teil der internen Nachfrage abzudecken;
- Entwicklung von Aktivitäten zur Produktion und Kommerzialisierung von Energie, um mit Investitionen in hocheffiziente Anlagen und Aktivitäten zur Nutzung erneuerbarer Energien den Energiebedarf der Gruppe zumindest teilweise abzudecken.

Die folgenden Aktivitäten wurden von Dritten durchgeführt:

- Sonder-Promo-Packungen mit einem Anteil von etwa 25-30% am Produktionsvolumen der Gruppe;
- Handels-/Distributionsaktivitäten in einigen Ländern und/oder für bestimmte Produkte (Anteil: etwa 10-15%);
- einige Dienstleistungen im Bereich Administration/Rechnungswesen;
- einige IT-Dienstleistungen.

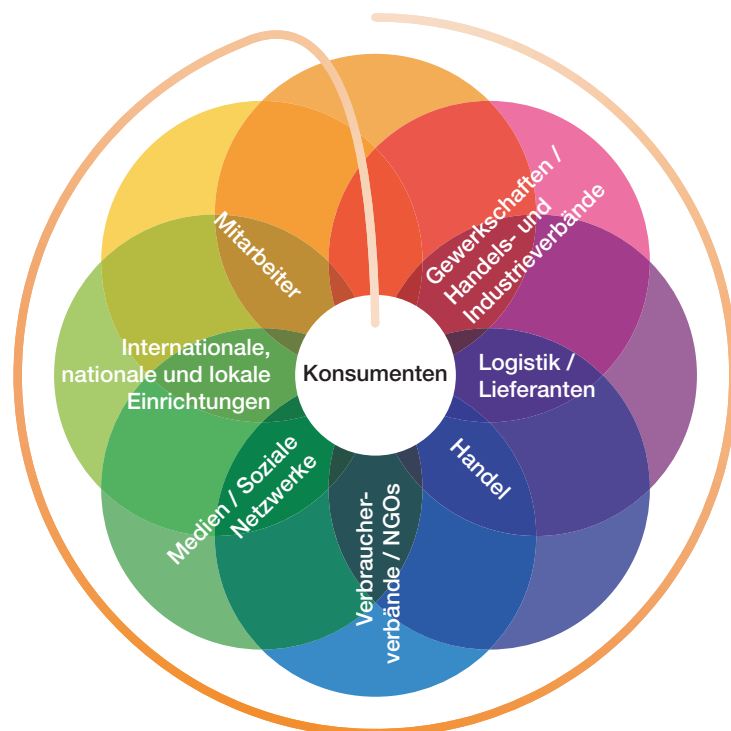
Der Bezugsrahmen

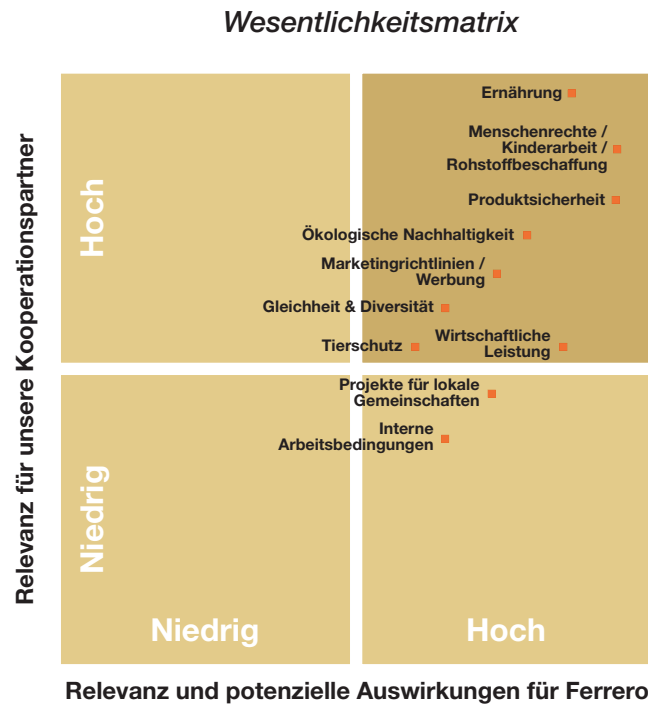
Zur Festlegung und Handhabung ihrer Richtlinien zur sozialen Verantwortung (CSR-Richtlinien) verfügt die Gruppe über ein eigenes Büro, das speziell für CSR zuständig ist (Mailadresse: csr@ferrero.com) und dem Vizepräsidenten unterstellt ist.

Zu den 2012/2013 durchgeführten Aktivitäten sei hier auf die aktive Teilnahme Ferreros an der Arbeit der „**Global Reporting Initiative**“ hingewiesen, in deren Rahmen Ferrero sich unter anderem an den Arbeitsgruppen beteiligte, die die neuen Richtlinien, die „Sustainability Reporting Guidelines – G4“, erstellen.

Außerdem hat die Ferrero-Gruppe die Reflexion über die wichtigsten Themen der sozialen Verantwortung fortgesetzt (die nach den Prinzipien und Werten der Ferrero-Gruppe ausgewählt werden), die Kooperationspartner einbezogen und gemeinsam Ziele und Strategien besprochen. Für die Erstellung des vorliegenden CSR-Berichts wurde gemeinsam mit den zahlreichen nationalen Gesellschaften der Ferrero-Gruppe die Liste der internen und externen Kooperationspartner aktualisiert („**Stakeholder Mapping**“, siehe dazu auch Abbildung unten) und die relevanten Themen im Hinblick auf ihre Bedeutung analysiert.

Wie bereits in den vorherigen CSR-Berichten dargestellt, verweisen wir auch hier wieder auf die zentrale Bedeutung des Konsumenten, der der wichtigste Kooperationspartner für Ferrero ist.





Aus der obigen „**Wesentlichkeitsmatrix**“ geht hervor, dass einige Themen sowohl für Ferrero als auch für seine Kooperationspartner eine hohe Relevanz besitzen, wie etwa die Ernährungsstrategie von Ferrero, der Schutz der Menschenrechte, einschließlich des Themas Kinderarbeit und ethischer Aspekte der Rohstoffbeschaffung, weiterhin Produktsicherheit, ökologische Nachhaltigkeit, sowie Marketing- und Werbestrategien. Diese Themen werden in den betreffenden Kapiteln dieses Berichtes detaillierter behandelt.

Was die Ernährungsstrategie betrifft, so gibt es bei Ferrero seit zwei Jahren ein wissenschaftliches Ernährungskomitee, dessen Vorsitz der Vizepräsident der Gruppe hat und das aus den Personen besteht, die im Unternehmen für die technischen, vertrieblichen, rechtlichen und kommunikativen Aspekte von Ernährungsthemen verantwortlich sind. Das Ernährungskomitee, das in Übereinstimmung mit den strategischen Richtlinien der Gruppe arbeitet, tritt einmal pro Monat zusammen, erstellt Empfehlungen für den Präsidenten und den CEO der Gruppe und ist dann auch für die Koordinierung der operativen Entscheidungen verantwortlich.

Um die verschiedenen Kooperationspartner einzubeziehen, beteiligt sich die Ferrero-Gruppe aktiv an Diskussionen und Arbeitsgruppen der Branchenverbände, denen sie auf internationaler, europäischer und nationaler Ebene angehört (siehe dazu nachstehende Liste). Außerdem hat die Gruppe einen strukturierten Dialog mit einigen Nichtregierungsorganisationen (NGOs) entwickelt, die im Bereich CSR aktiv sind. Häufig angesprochene Themen sind dabei zum Beispiel Ernährung, Produktsicherheit, ethische und nachhaltige Rohstoffbeschaffung, Umweltschutz durch Ferrero in der Produktion, Marketing- und Werbestrategien sowie die CSR-Strategie der Gruppe.

Der Mehrwert von Ferrero

Unter „Mehrwert“ verstehen wir den wirtschaftlichen Wert, den die Ferrero-Gruppe generiert. Der „Nettomehrwert“¹ ist der im Bezugszeitraum generierte wirtschaftliche Wert, abzüglich der Abschreibungen und Betriebskosten, wobei letztere auch die Zahlungen an Lieferanten einschließen (vor allem für den Einkauf von Rohstoffen und Dienstleistungen).

Wie in der folgenden Grafik dargestellt, ist der „Nettomehrwert“ von Ferrero für das Referenzjahr dieses CSR-Berichtes in unterschiedlicher Weise auf die verschiedenen externen und internen Kooperationspartner der Gruppe verteilt.

Der Posten „Personal“ umfasst alle Arten von Lohn, Gehalt oder Vergütung, die die Mitarbeiter für ihre Arbeit erhalten, einschließlich der von der Gruppe angewendeten Sozialversicherungsabgaben.

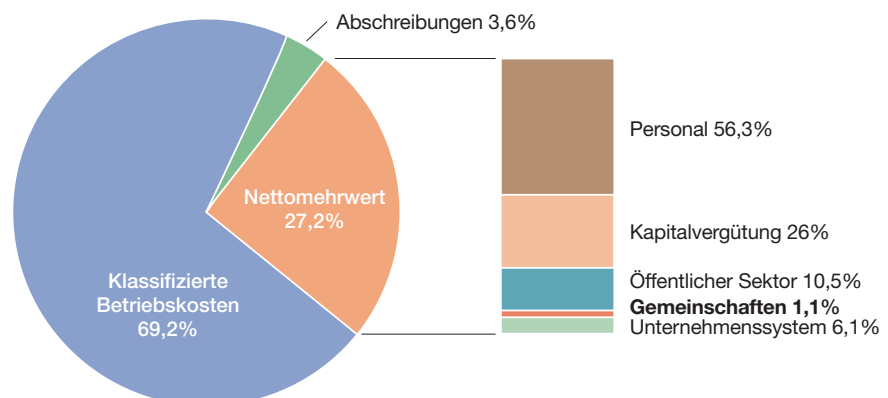
Zu dem Posten „Kapitalvergütung“ gehören Dividendenausschüttungen sowie Zinsaufwendungen.

Der Posten „Öffentlicher Sektor“ umfasst den Betrag, den die Gruppe an Behörden zu zahlen hat, also Einkommensteuern und andere Abgaben, die direkt auf das Unternehmensvermögen zurückzuführen sind, außer Steuern und andere zusätzliche Kosten im Zusammenhang mit der Geschäftstätigkeit (Zölle/Abgaben).

Der Posten „Gemeinschaften“ umfasst Zuwendungen und Spenden, Investitionen in Projekte sozialer Natur und Kooperationen mit Universitäten und Forschungseinrichtungen.

Der Posten „Unternehmenssystem“ enthält den von der Gruppe einbehaltenen wirtschaftlichen Wert, der sich aus der Differenz zwischen dem generierten wirtschaftlichen Wert und dem ausgeschütteten wirtschaftlichen Wert ergibt.

Erzeugter und ausgeschütteter Mehrwert 2012/2013



¹ 2012/2013 erzeugte die Gruppe einen Nettomehrwert von 2.371 Millionen Euro.

Die wichtigsten Verbände, in denen Ferrero auf internationaler und europäischer Ebene aktiv ist

Organisationen, die soziale Verantwortung von Unternehmen unterstützen



United Nations Global Compact (Sitz: New York)

Eine strategische Initiative für Unternehmen, die sich verpflichten, ihre Geschäftstätigkeiten und Strategien an zehn universell anerkannten Prinzipien aus den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung auszurichten (www.unglobalcompact.org).



Global Reporting Initiative (Sitz: Amsterdam)

Gemeinnützige Organisation zur Förderung wirtschaftlicher, ökologischer und sozialer Nachhaltigkeit mithilfe eines umfassenden Rahmens für die Nachhaltigkeitsberichterstattung (www.globalreporting.org).



CSR Europe (Sitz: Brüssel)

Europäisches Unternehmensnetzwerk für die soziale Verantwortung von Unternehmen, das 1995 gegründet wurde und dem 70 Unternehmen sowie 37 nationale Verbände angehören (www.csreurope.org).

Handels- und Branchenverbände

AEF Advertising Educational Forum

Gemeinnützige Organisation, die Informationen zur Regulierung von Werbung auf nationaler Ebene bietet, insbesondere im Hinblick auf Kinder (www.aeforum.org).

AIM European Brands Association

Vereinigung, die die wichtigsten Markenindustrien der EU repräsentiert (www.aim.be).

Bonsucro

Organisation zur Förderung der Nachhaltigkeit im Zuckerrohrsektor durch Bereitstellung eines Mess- und Zertifizierungssystems (www.bonsucro.org).

CAOBISCO European Association of Chocolate, Biscuit & Confectionery Industries

Organisation, die etwa 2.000 Süßwarenunternehmen in der Europäischen Union vertritt (www.caobisco.eu).

EUFIC European Food Information Council

Gemeinnützige Organisation, die von Lebensmittel- und Getränkeunternehmen sowie der Europäischen Kommission unterstützt wird, Informationen zu Lebensmittelsicherheit und -qualität bietet und entsprechende Studien durchführt (www.eufic.org).

FOODDRINKEUROPE

Europäischer Verband zur Förderung und Vertretung der Interessen des Lebensmittel- und Getränkesektors (www.fooddrinkeuropa.eu).

IFBA International Food & Beverage Alliance

Setzt sich zusammen aus den führenden global agierenden Lebensmittel- und Getränkeunternehmen, um das gemeinsame Ziel der Förderung einer ausgewogenen Ernährung und eines gesunden Lebensstils von Verbrauchern zu unterstützen (www.ifballiance.org).

TIE Toy Industries Europe

Vertritt die Interessen der Spielwarenhersteller in der Europäischen Union (www.tietoy.org).

WFA World Federation of Advertisers

Weltdachverband der nationalen Werbeverbände und der werbetreibenden Unternehmen (www.wfanet.org).

Sitz all dieser Organisationen ist Brüssel, mit Ausnahme von Bonsucro und IFBA, deren Sitz sich in London bzw. Genf befindet.

Einkäufe von Ferrero bei lokalen Lieferanten

Hier eine Aufstellung des prozentualen Anteils der Käufe von lokalen Lieferanten, berechnet nach dem Gesamtwert der von den wichtigsten Werken getätigten Käufe²:

Land	Einkäufe bei lokalen Lieferanten
Italien	93,51%
Frankreich	88,60%
Belgien	45,48%
Polen	76,13%
Kanada	83,05%
Russland	95,84%
Türkei	98,03%
Mexiko	52,10%

²Die Werte beziehen sich auf die von den Werken bei nationalen Lieferanten getätigten Käufe, bezogen auf den Gesamteinkaufswert des Geschäftsjahres 2012/2013. Gruppeninterne Käufe sowie Zentrallieferungen (z.B. für Rohstoffe und Verpackungen) sind nicht enthalten.

Ein wesentliches Element unserer Strategien ist es, potenziell signifikante Auswirkungen der Ferrero-Produktionsstätten auf die lokalen Gemeinschaften zu bewerten. Wir überwachen unsere Wirkung in wirtschaftlicher, sozialer und ökologischer Hinsicht genau und sind der Meinung, dass die Zunahme des lokalen Einkaufs ein wichtiger Indikator für unsere Verwurzelung in den Gemeinschaften ist, in denen wir tätig sind.

Einige Kapitel dieses CSR-Berichtes beinhalten eine detaillierte Analyse der Auswirkungen der Gruppe auf die lokalen Gemeinschaften, insbesondere „Fondazione Ferrero“, „Imprese Sociali Ferrero“, „Nachhaltige landwirtschaftliche Praktiken“ und „Minimierung der Umweltauswirkungen“.

Einhaltung von Gesetzen und Verordnungen

Im Berichtsjahr wurden keine signifikanten Sanktionen verzeichnet, weder aufgrund einer Nichteinhaltung von Gesetzen und Verordnungen noch aufgrund der Nichterfüllung von Verpflichtungen in den Bereichen Umweltschutz und Soziales.

Außerdem gab es keine signifikanten Fälle einer Nichteinhaltung von Verordnungen oder freiwilligen Selbstverpflichtungen im Hinblick auf die Auswirkungen der Produkte auf Gesundheit und Sicherheit über die gesamte Lebensdauer der Produkte hinweg, und auch keine signifikanten Sanktionen aufgrund der Nichteinhaltung von Gesetzen oder Verordnungen bezüglich der Lieferung und Nutzung der Produkte. Im Berichtsjahr gab es weder Vorfälle im Zusammenhang mit Diskriminierung unter Beteiligung der wichtigsten internen oder externen Interaktionspartner noch Fälle von Korruption.

In den größten Gruppengesellschaften wurden eine interne Überprüfung der Betrugs- und Korruptionsrisiken sowie entsprechende Fortbildungsmaßnahmen durchgeführt. Derzeit ist es nicht möglich, detaillierte Daten zu Fortbildungsmaßnahmen im Bereich Korruptionsbekämpfung aus den IT-Systemen der Gruppe bereit zu stellen; diese Daten werden jedoch ab 2014/15 zur Verfügung stehen.

Was Finanzbeihilfen von Behörden betrifft, möchten wir darauf hinweisen, dass die ertragsbezogenen Zuwendungen [contributi in conto esercizio/income statement contributions] und die kapitalbezogenen Zuwendungen [contributi in conto capitale/grants related to assets] insgesamt im Rahmen der konsolidierten Bilanz keinen signifikanten Wert erreichen.

Ferrero respektiert und schützt die persönlichen Daten seiner Mitarbeiter, Verbraucher, Kunden und anderer Interaktionspartner genauestens und unter Einhaltung der jeweils geltenden gesetzlichen Bestimmungen. Bei der Auswahl, Definition und Nutzung von Verfahrensweisen (auch von IT-Verfahrensweisen), die der Verarbeitung persönlicher Daten und vertraulicher Informationen dienen, steht Sicherheit bei uns immer an erster Stelle, um die Rechte, die Grundfreiheiten und die Würde der jeweiligen Personen zu schützen. Weitere Informationen stehen im Ethikkodex der Gruppe zur Verfügung (www.ferrero.com).

Der ABCDE-Plan (A Business Code Dialogue Engagement)

Seit 2011 engagiert sich die Ferrero-Gruppe für die Umsetzung des ABCDE-Plans (A Business Code Dialogue Engagement), um den Code of Business Conduct allen Kooperationspartnern entlang der Wertschöpfungskette vorzustellen.

Der Code of Business Conduct basiert auf den Unternehmensprinzipien von Ferrero und entspricht dem Ethikkodex der Gruppe (beide stehen unter www.ferrero.com zur Verfügung) und definiert die Vorgehensweise von Ferrero in folgenden Bereichen:

1. Exzellente Produktqualität und -sicherheit
2. Verpflichtung zum Schutz der Menschenrechte
3. Umweltschutz und Nachhaltigkeit
4. Arbeitsumfeld
5. Korrektes Geschäftsverhalten.

Im Geschäftsjahr 2012/2013 wurde der Code of Business Conduct durch Meetings mit den wichtigsten Kooperationspartnern der Gruppe weiter verbreitet, um seine Prinzipien zu kommunizieren und einen produktiven Dialog zu bestimmten Themen einzuleiten. Dazu gab es weitere Treffen mit den wichtigsten Lieferanten von Kakao, Haselnüssen, Palmöl und Eiern. Außerdem beinhalten alle neuen Verträge nun eine Klausel, die besagt, dass der Code of Business Conduct gelesen und akzeptiert wird, insbesondere in den Bereichen Verpackungen, Logistik und technischer Einkauf von Maschinen, Anlagen und Rohstoffen.

Ferrero kann daher bestätigen, das Ziel erreicht zu haben, bis 2013 den Code of Business Conduct in der gesamten Wertschöpfungskette kommuniziert zu haben.

Mit der externen Überprüfung der im ACDE-Plan vorgesehenen Maßnahmen wurde Deloitte beauftragt.

Die Ferrero-Gruppe hat nach dem Erreichen dieses Ziels ihre Aktivitäten jedoch nicht eingestellt, sondern auf Basis des Code of Business Conduct spezielle Prüfprotokolle erstellt, um die Nachhaltigkeit der landwirtschaftlichen Rohstoffe zu überprüfen; so wurde das Ferrero-Farming-Values-Protokoll in Zusammenarbeit mit der Firma SCS Global Services entwickelt, der das Audit zur Überprüfung der Ferrero-Beschaffungskette übertragen wurde.

Gleichzeitig erstellt die Gruppe im Rahmen des Projektes „Milk Supply Chain Partnership“ ein Ferrero-Farming-Values-Protokoll für die Milch-Beschaffungskette.

Weitere Einzelheiten finden sich im Kapitel „Nachhaltige landwirtschaftliche Praktiken“.

Die Beschaffungspolitik von Ferrero basiert auf dem Code of Business Conduct und entspricht den Unternehmensprinzipien, dem Ethikkodex, dem „Internen Kodex zur Planung und Produktion von Spielzeugen des Kinder® Sortiments“, den „Ethischen, sozialen und ökologischen Anforderungen für Lieferanten von Kinder® Spielzeugen“, den internationalen Standards der Qualitätsmanagement- und Lebensmittelsicherheitssysteme (ISO, IFS), den einschlägigen Standards zur Überprüfung der Nachhaltigkeit landwirtschaftlicher Rohstoffe und verschiedenen Umweltstandards (ISO und EMAS). In diesem Berichtsjahr wurden in folgenden Bereichen Lieferantenaudits durchgeführt: Qualitätsmanagement- und Lebensmittelsicherheitssysteme, spezielle Zertifizierungen landwirtschaftlicher Rohstoffe, die oben genannten Ferrero-Spielzeugkodizes (weitere Einzelheiten finden sich in den jeweiligen Kapiteln dieses Berichts).

Außerdem hat die Ferrero-Gruppe beschlossen, für die Umsetzung und Einhaltung der „Grundsätze der guten Praxis in vertikalen Beziehungen in der Lebensmittelversorgungskette“ (www.supplychaininitiative.eu) zu sorgen, die vom „High Level Forum for a Better Functioning of the Food Supply Chain“ angewandt werden.

Die offizielle Registrierung der „Grundsätze der guten Praxis“ ist ein weiterer Schritt zur Verstärkung des Engagements von Ferrero und zur Förderung von Vertrauen und Kontinuität in der gesamten Lebensmittelbeschaffungskette.

Zum Umgang mit jeder eventuellen Verletzung der „Grundsätze der guten Praxis“ hat die Ferrero-Gruppe mit den anderen an der Initiative beteiligten Unternehmen in der EU ein Schiedsverfahren eingerichtet. Dieses besagt, dass Streitigkeiten durch eine der Optionen gelöst werden, die im „Framework for the implementation of Principles of Good Practices“ vorgesehen sind, so dass die Anwendung kostengünstiger Lösungen bei Streitigkeiten gefördert wird.

Wie auf der offiziellen Website der Supply Chain Initiative dargestellt, hat die Ferrero-Gruppe für alle innerhalb der EU tätigen Ferrero-Gesellschaften eine Kontaktstelle (fairpractices@ferrero.com) zur Lösung von Streitigkeiten auf Gruppenebene eingerichtet.

Und schließlich wurde der Code of Business Conduct gemäß den „Grundsätzen der guten Praxis“ überarbeitet und aktualisiert, und es wurde ein E-Learning-Prozess für die Abteilungen Recht, Beschaffung und Marketing/Vertrieb eingerichtet.

Preise und Auszeichnungen

ITALIEN



Juli 2014

Brands Award 2014: Premio Retailer und Premio Speciale Social

Beim Brands Award 2014 erhielt Nutella® den Premio Retailer und den Premio Speciale Social: „In diesem Jahr feierte Nutella® den 50. Geburtstag: die Marke ist wesentlicher Bestandteil der italienischen Geschichte und Kultur. Der Preis bestätigt somit die kontinuierliche Qualität und Vertrautheit dieses Produktes, das eine Ikone des italienischen Stils in der Lebensmittelindustrie ist.“



Juni 2014

Conchiglia Award Moige

Die italienische Elterninitiative Moige hat Ferrero den „Premio Conchiglia“ im Rahmen von „Un anno di zapping 2013-2014“ verliehen, bei dem zum 7. Mal Fernsehsendungen und -spots bewertet wurden. Kinder® erhielt den Preis, „weil die Marke das Wunderbare der Familie in allen möglichen Alltagssituationen hervorhebt und betont, wie wichtig es ist, füreinander zu sorgen.“



Juni 2014

Confindustria Cuneo ehrt die Familie Ferrero

Bei der Hauptversammlung der Industrie in Cuneo, die am 16. Juni im Castello di Racconigi stattfand, erhielt die Familie Ferrero eine besondere Anerkennung von der Confindustria Cuneo.

Der Familie wurde eine Goldplakette überreicht, mit der Gravur: „Für die Werte, die hervorragende unternehmerische Haltung und die soziale Verantwortung, die in Alba entstanden sind und in aller Welt verbreitet wurden“.



Mai 2014

Reputation Awards 2014

Das „Reputation Institute“, das weltweit führend in der Bewertung der Reputation von Unternehmen ist, hat Ferrero den zweiten Platz in seiner jährlichen Rangliste bei der „Besten Reputation“ in Italien verliehen. Bewertet wurden die folgenden sieben Parameter: Produkte, Arbeitsumfeld, Unternehmensführung (Governance), Innovation, Führung, Zivilgesellschaft und Performance [wie letztes Jahr, Kurzversion].



Januar 2014

Premio Primo Nebiolo – Sportivo Piemontese dell'Anno 2013

Das CONI-Komitee für die Region Piemont hat der Familie Ferrero mit folgender Begründung den „Premio Primo Nebiolo – Sportivo Piemontese dell'Anno 2013“ verliehen: „Eine Unternehmerfamilie, die die Vorzüge des Piemonts in die Welt getragen und dabei eine starke Verbindung zu ihrer Heimat beibehalten hat.“

Die Leidenschaft für die eigene Heimat, die seit jeher verbunden ist mit der Leidenschaft für den Sport und die sich in der Unterstützung von Talenten, großen internationalen Veranstaltungen und der Arbeit von Institutionen zur Förderung des Breitensports genauso manifestiert wie in Projekten wie Kinder+Sport, die dazu beitragen, Bewegung unter Kindern und Jugendlichen zu etablieren.“

Juli 2013

„Integrated Communication and Marketing“ vom Disney License Meeting

Ferrero wurde beim Disney License Meeting, einer Veranstaltung, an der die Lizenznehmer von Disney teilnehmen, mit dem Preis „Integrated Communication and Marketing“ ausgezeichnet. Die Projekte, mit denen Ferrero sich in der Kategorie Kommunikation und Marketing durch „Innovation, Wert und Qualität“ auszeichnet, beziehen sich auf die Produkte Kinder® GranSorpresa und Kinder® Joy. „Ferreros Webkampagnen kommunizieren in nie dagewesener Form mit der Zielgruppe, sie schaffen eine tiefe Verbindung zwischen Hersteller und Verbraucher, und sie machen das Produkt interessant und einzigartig“.



FRANKREICH

November 2013

Peace and Sport Awards 2013

Ferrero erhielt den „Peace and Sport Award 2013“. „Durch sein Programm „Kinder s’engage pour l’enfance“ und seine Kooperation mit der französischen gemeinnützigen Organisation „Secours Populaire Français“ bietet Ferrero Kindern aus weniger privilegierten Verhältnissen die Chance, unvergessliche Erfahrungen im Bereich Sport zu machen. Außerdem liefert dieses Programm Unterstützung in der Schule, Hausaufgabenbetreuung und die Fortführung der sportlichen Aktivitäten in einem Partnerverein.“



Februar 2013

Grand Prix ESSEC de la consommation responsable

Ferrero hat den „Grand Prix ESSEC“ für das Projekt „Kinder s’engage pour l’enfance“ erhalten.

Im Ministère pour la Reprise d’Entreprise wurde zum ersten Mal der „Grand prix ESSEC des industries de consommation responsable“ verliehen. Aus diesem Anlass versammelten sich 200 Vertreter aus Industrie und Handel, um die besten Initiativen von Konsumgüterherstellern zu ehren, die sich in Frankreich im Bereich Corporate Social Responsibility (CSR) durch ihr großes Engagement ausgezeichnet haben.



DEUTSCHLAND

April 2014

GBE Factory Award 2014



Der GBE Award wurde Ferrero für seine Investitionen in erneuerbare Energien und die Vielzahl von Maßnahmen zur Verringerung der CO₂-Emissionen verliehen. Im Rahmen der European GBE FACTORY (Green Blue Energy Factory) erhalten Unternehmen, die wie Ferrero mit gutem Beispiel vorangehen, das GBE FACTORY Certificate.

September 2013

Produkt des Jahres 2013



Tic Tac® Strawberry Mix wurde 2013 zum Produkt des Jahres gewählt. 7.000 Verbraucher wählten in verschiedenen Kategorien ihren Lieblingsgeschmack und stimmten in der Sparte Süßwaren für die farbige Tic Tac®-Fruchtvariante. Entscheidungskriterien waren Qualität, Geschmack und Zutaten.

November 2012

Verpackung des Jahres

Einmal jährlich stehen bei der Wahl zur Verpackung des Jahres die besten und innovativsten Entwicklungen im Licht der Öffentlichkeit. Das Deutsche Verpackungsmuseum hat die Tic Tac®-Klarsichtbox zur „Verpackung des Jahres 2012“ gekürt. Mit dem Preis wurde nicht nur das Design, sondern auch das nachhaltige Markenmanagement ausgezeichnet. Tic Tac® kam vor 40 Jahren in Deutschland auf den Markt; mit seiner praktischen Box im Taschenformat wurde es bald ein Klassiker im Bonbonmarkt.



September 2012

ECR Award 2012

Ferrero erhielt von Global Standards One in der Kategorie „Unternehmenskooperation“ den ECR Award (*Efficient Consumer Response*). In dieser Kategorie werden Projekte prämiert, die sich durch eine beispielhafte Kooperation von Industrie, Handel, Logistik und Verbrauchern auszeichnen. Das Projekt, für das Ferrero den Award erhielt, wurde zwischen 2009 und 2013 durchgeführt.

Ziel war es, die zunehmenden Anforderungen der Konsumenten zu erfüllen und die Einzelhandelspartner beim Erreichen einer besseren Position in einem wichtigen Markt zu unterstützen. Die Komplexität des Projektes, die hohe Kompetenz der beteiligten Firmen, die Partnerschaft und die nachhaltige Umsetzung im Zeitraum 2009-2012 waren die wichtigsten Gründe für die Entscheidung, Ferrero diese Auszeichnung zu verleihen.

GROßBRITANNIEN



Januar 2014

Best New Licensee, 2013 Licensee Awards – The Walt Disney Company UK & Ireland

The Walt Disney Company UK & Ireland hat Ferrero UK bei den *Licensee Awards 2013* in der Kategorie „*Best New Licensee*“ ausgezeichnet. Die Gewinner der einzelnen Kategorien wurden von einer Jury von Disney-Führungskräften anhand folgender Kriterien ausgewählt: Einbeziehung der Konsumenten, Produktinnovation, kategorieübergreifender Ansatz und Kommunikation über verschiedene Kanäle.



April 2013

Great Taste Award 2013

Dem Ferrero Rocher® Novelty Bunny wurde für seine „köstliche Präsentation“ und die „glatte, cremige Milkschokolade mit dem perfekten Schmelz“ der renommierte Great Taste Award 2013 verliehen.

AUSTRALIEN

Oktober 2013

Im Rahmen des „Programms zur Förderung von Nachhaltigkeit“ verlieh die Regierung des Bundesstaates New South Wales Ferrero den „*Golden Partner Status*“, der bisher nur sechs Organisationen verliehen wurde, die sich durch ausgezeichnete Umweltleistungen und Nachhaltigkeitsverpflichtungen hervorheben.



CHINA

Juli 2014

Golden Panda Award 2014



Die Veranstaltung steht unter der Schirmherrschaft der italienischen Botschaft in China, des Außenministeriums und des Ministeriums für wirtschaftliche Entwicklung und wird in Zusammenarbeit mit der italienisch-chinesischen Stiftung durchgeführt. Mit dem Preis, der bereits zum fünften Mal verliehen wird, werden Unternehmen und Unternehmer ausgezeichnet, die erheblich zur Stärkung und Entwicklung der bilateralen wirtschaftlichen Beziehungen zwischen Italien und China beigetragen haben.

Juni 2014

„Most Influential Brand Award“ und „Corporate Social Responsibility Award“ – The Third China Finance Summit 2014

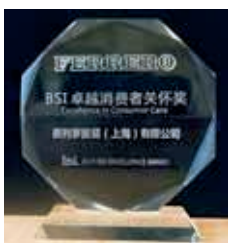


Ferrero wurde 2014 beim *Third China Finance Summit* mit dem *Most Influential Brand Award* und dem *Corporate Social Responsibility Award* ausgezeichnet. Der *Most Influential Brand Award* geht an Unternehmen/ Marken, die durch ihr Engagement auf dem lokalen Markt großen Einfluss in ihrer Branche haben, und wird von einer Jury aus Medienvertretern, Experten etc. verliehen.

Der *Corporate Social Responsibility Award* wird einem Unternehmen verliehen, das im Bereich soziale Verantwortung Ausgezeichnetes leistet: aufgrund seines Produktqualitätsmanagement, seines Beitrags zum Umweltschutz, weil es der Gemeinschaft etwas zurückgibt und gleichzeitig eine nachhaltige Geschäftsentwicklung vorzuweisen hat, was sich durch den CSR-Bericht belegen lässt.

April 2014

BSI Excellence Award in Consumer Care



Ferrero erhielt bei der *Chinese Client Convention* den von der *British Standards Institution* (BSI) verliehenen *Excellence Award in Consumer Care*. Dieser Preis geht an ein Unternehmen, das einen ausgezeichneten Kundenservice und eine schnelle Reaktion auf Verbraucheranfragen bietet.



Januar 2014

The Best Practice Award of 2013 Public Welfare – the China Public Welfare Committee of The China Charity Festival

Ferrero China erhielt vom *Public Welfare Committee of The China Charity Festival* die Auszeichnung *The Best CSR Practice of 2013*. Verliehen wird dieser Preis an Unternehmen, die nach Meinung Dritter (Medien, Wohltätigkeitsorganisationen, Industrieverbände) erheblich zum Wohl der Gesellschaft beitragen.

November 2013

Auszeichnung von Kinder+Sport bei den China Awards 2013



Anlässlich der *China Awards 2013* im Museo della Scienza e della Tecnologia in Mailand war Ferrero der einzige Konzern, der eine Anerkennung für seine soziale Verantwortung erhielt, und zwar aufgrund des Shanghai Tennis Masters, einem Kinder+Sport-Projekt, mit dem Kinder an den Sport und an einen aktiven, gesunden Lebensstil herangeführt werden sollen. Die von der italienisch-chinesischen Stiftung und Milano Finanza organisierte Veranstaltung zeichnet jedes Jahr italienische Unternehmen aus, die die Chancen des chinesischen Marktes genutzt haben und umgekehrt.

RUSSLAND

2012

Bestes Produkt des Jahres 2012



In Russland wurde Nutella® erneut „Bestes Produkt des Jahres 2012“. Die Auszeichnungen wurden von der *Russian Trading Association* und von der *Moscow International Business Association* mit Unterstützung der nationalen Industrie- und Handelskammer verliehen.



Die Menschen bei Ferrero

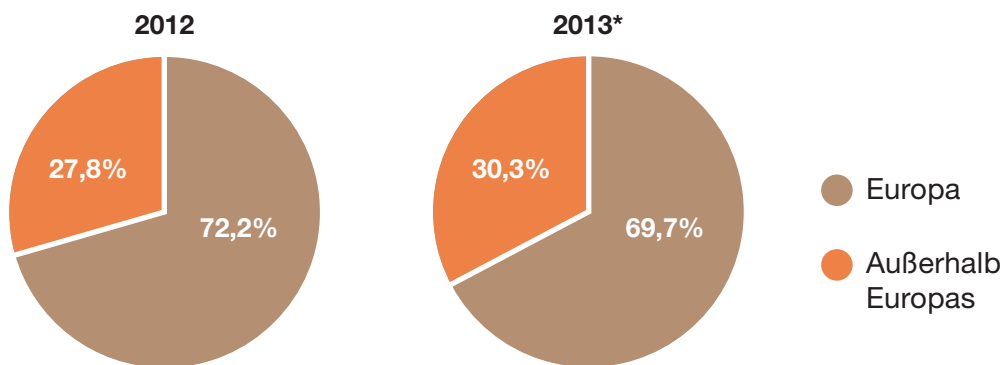


Die Menschen bei Ferrero

Konstante weltweite Expansion

Ferrero ist in Europa¹ mit Mitarbeitern und Aktivitäten weiterhin sehr präsent, **wächst jedoch auch außerhalb Europas weiter, von 27,8% im Jahr 2011/2012 auf 30,3% im Jahr 2012/2013, was einer Erhöhung um 2,5 Prozentpunkte entspricht.**

Personalstand der Gruppe zum Stichtag 31. August nach geographischen Regionen



* Die Gesamtzahl für 2013 beinhaltet auch die landwirtschaftlichen Betriebe Ferreros².

Zum 31. August 2013 beträgt der Personalstand der Gruppe **24.797** Mitarbeiter; dazu kommen **5.308** externe Mitarbeiter der Gruppengesellschaften (vorwiegend Mitarbeiter mit Zeitvertrag und Vertriebsmitarbeiter³), sodass sich eine Gesamtzahl von **30.105** ergibt.

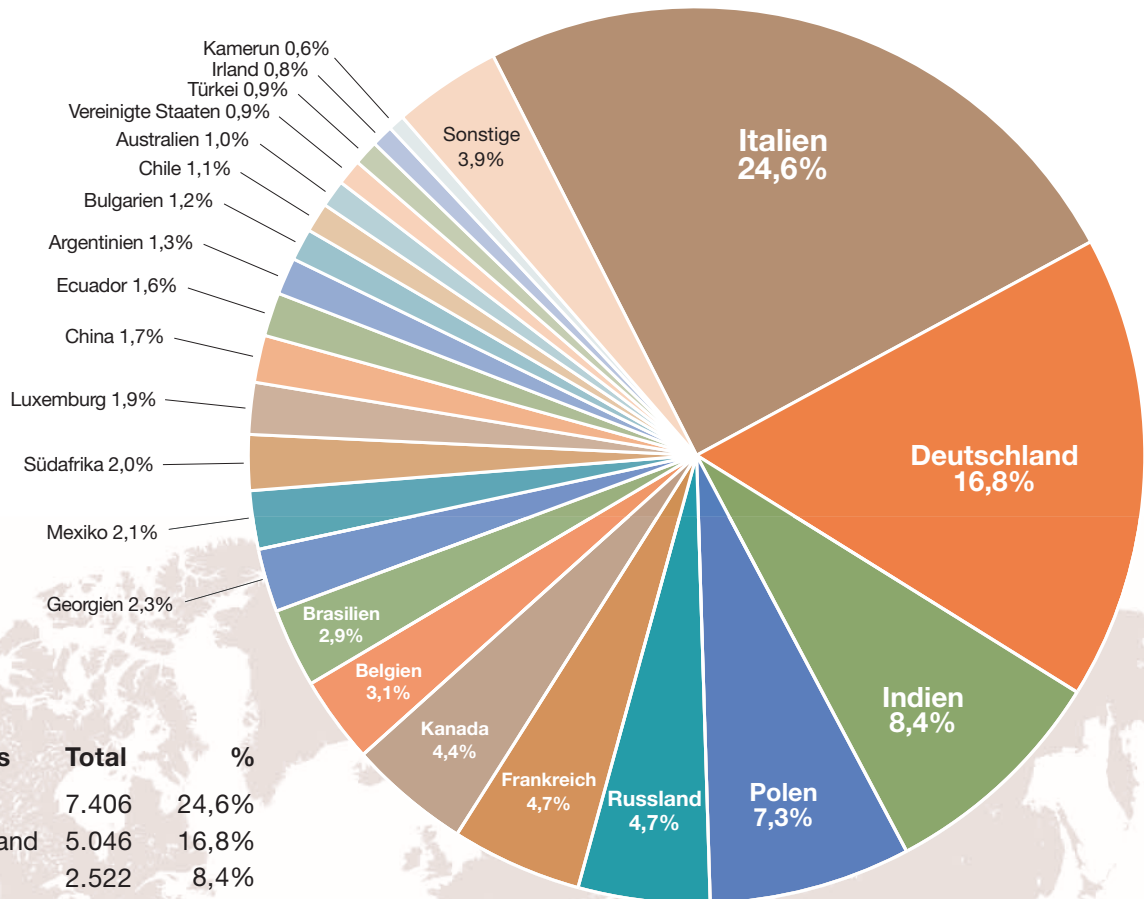


¹ „Europa“ sind hier die 28 EU-Mitgliedsstaaten.

² Weitere Informationen zu den landwirtschaftlichen Betrieben, die auf den Haselnussanbau spezialisiert sind, gibt es im Kapitel „Nachhaltige landwirtschaftliche Praktiken“.

³ Einschließlich Praktikanten und andere direkte Beschäftigungsverhältnisse, ohne Dienstleistungsverträge.

Interne und externe Mitarbeiter der Ferrero-Gruppe zum 31.08.2013 nach Land



Countries	Total	%
Italien	7.406	24,6%
Deutschland	5.046	16,8%
Indien	2.522	8,4%
Polen	2.190	7,3%
Russland	1.429	4,7%
Frankreich	1.419	4,7%
Kanada	1.320	4,4%
Belgien	943	3,1%
Brasilien	860	2,9%
Georgien	687	2,3%
Mexiko	635	2,1%
Südafrika	603	2,0%
Luxemburg	562	1,9%
China	512	1,7%
Ecuador	473	1,6%
Argentinien	401	1,3%
Bulgarien	348	1,2%
Chile	320	1,1%
Australien	296	1,0%
Vereinigte Staaten	279	0,9%
Türkei	270	0,9%
Irland	235	0,8%
Kamerun	177	0,6%
Sonstige	1.172	3,9%
Gesamt	30.105	100,0%



Zum 31.08.2013 waren unter den Mitarbeitern der Ferrero-Gruppe **102 Nationalitäten** vertreten.

Der Personalstand in Zahlen

Personalstand zum Stichtag*	zum 31.08.2012	zum 31.08.2013
Zahl der Mitarbeiter		
Gesamt	22.850	24.797
davon Frauen	43,3%	42,7%

*Der Personalstand zum jeweiligen Stichtag umfasst die Mitarbeiter, die direkt bei Ferrero beschäftigt sind. Anders als beim Personalstand zum 31. August 2012 beinhalten die Zahlen für das Jahr 2013 auch die landwirtschaftlichen Betriebe von Ferrero. Die in der konsolidierten Bilanz zum 31. August 2013 von Ferrero International veröffentlichten Daten beziehen sich auf die durchschnittliche Mitarbeiterzahl der Gruppe 2012/2013, nämlich 22.831.



Die Gesamtmitarbeiterzahl zum 31.08.2013 liegt höher als im Vorjahr, was zum einen darauf zurückzuführen ist, dass nun auch das Personal der landwirtschaftlichen Betriebe (1.430 Mitarbeiter) mitgezählt wurde und zum anderen, dass sich die Zahl der Mitarbeiter mit unbefristeten Arbeitsverträgen erhöhte, während die Zahl der Mitarbeiter mit Zeitverträgen gleichblieb.

Der leichte prozentuale Rückgang der weiblichen Belegschaft lässt sich damit erklären, dass zum ersten Mal das Personal der landwirtschaftlichen Betriebe berücksichtigt wurde, das vorwiegend aus Männern besteht.

Der besondere Charakter der Ferrero-Produkte, von denen die meisten auf Schokoladenbasis hergestellt werden, hat einen starken Einfluss auf die Marktnachfrage und führt zu Nachfragespitzen, die oft mit Feiertagen zusammenfallen. Daher konzentrieren sich etwa 70% der Produktion auf 7-8 Monate des Jahres (Wintersaison). Aus diesem Grund muss Ferrero Saisonkräfte einstellen.

Personalstand der Gruppe nach Art des Beschäftigungsvertrages

Vertragsart	zum 31.08.2012		zum 31.08.2013	
	Zahl der Mitarbeiter	%	Zahl der Mitarbeiter	%
Befristet*	4.998	21,9%	5.671	22,9%
Unbefristet	17.852	78,1%	19.126	77,1%
Gesamt	22.850	100%	24.797	100%

* Zum 31.08.2012: 10,4% befristete Verträge, 11,5% Saisonverträge
 Zum 31.08.2013: 8,1% befristete Verträge, 14,8% Saisonverträge

Es sei hier darauf hingewiesen, dass die prozentuale Verringerung der unbefristeten Arbeitsverhältnisse darauf zurückzuführen ist, dass hier auch die Mitarbeiter der landwirtschaftlichen Betriebe von Ferrero berücksichtigt wurden, die aufgrund der dort durchgeführten Arbeit Saisonkräfte benötigen. In den anderen Gruppengesellschaften hat sich der Anteil der unbefristeten Arbeitsverhältnisse erhöht.

Vollzeit/Teilzeit	zum 31.08.2012		zum 31.08.2013	
	%		%	
Teilzeit	10,6%		8,4%	
Vollzeit	89,4%		91,6%	

Hier ist zu beachten, dass an den italienischen Standorten auch Teilzeitarbeitsverhältnisse existieren, bei denen zwar Vollzeit gearbeitet wird, jedoch nur über einen im Voraus festgelegten Zeitraum von 8 Monaten pro Jahr. So wird dem Saisonbedarf des Unternehmens genauso Rechnung getragen wie den privaten Bedürfnissen der Mitarbeiter.

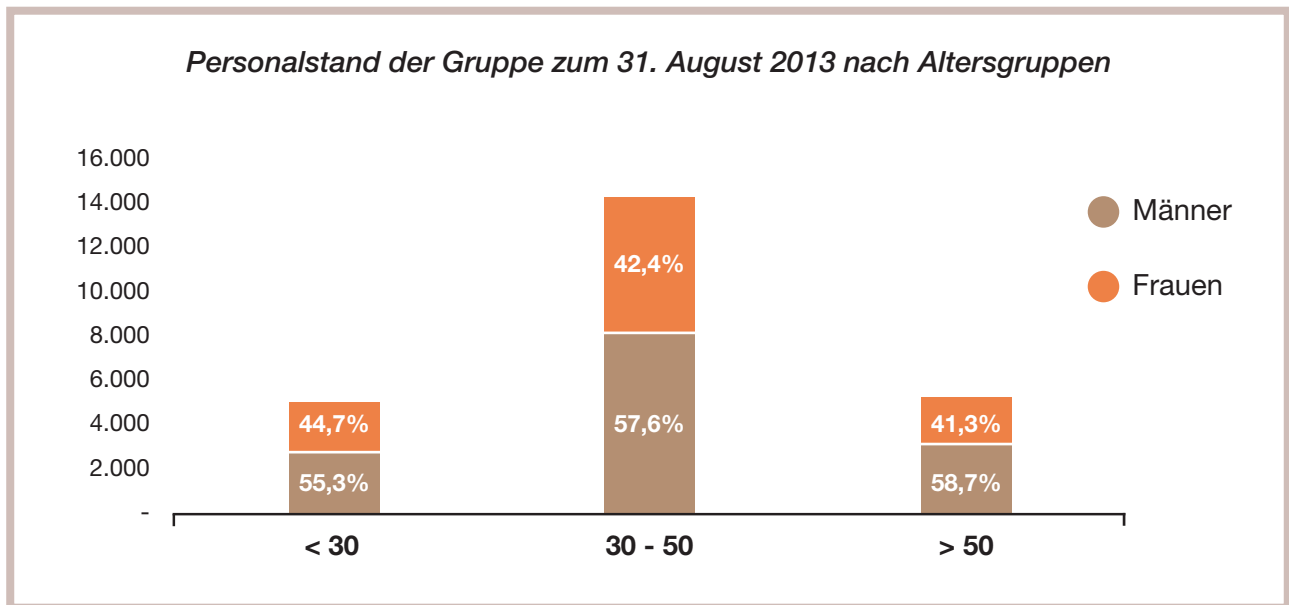
Personalstand der Gruppe nach Mitarbeiterkategorie

Eingruppierung	zum 31.08.2012		zum 31.08.2013	
	Zahl der Mitarbeiter	%	Zahl der Mitarbeiter	%
Arbeiter	13.360	58,5%	14.338	57,8%
Angestellte	6.792	29,7%	7.698	31%
Middle Manager	1.878	8,2%	1.911	7,7%
Senior Manager	820	3,6%	850	3,4%
Gesamt	22.850	100%	24.797	100%

Die Senior Manager haben im Unternehmen Positionen inne, die von einem hohen Grad an Professionalität, Selbständigkeit und Entscheidungskraft geprägt sind, und sie tragen zur Ausrichtung und Weiterentwicklung der Unternehmensstrategie bei.

Altersgruppen

Hier die Aufteilung des Personals der Gruppe nach Altersgruppen:



Personalstand der Gruppe nach Altersgruppen

Altersgruppe	zum 31.08.2012	zum 31.08.2013
	%	%
<30	21,9%	20,5%
30 – 50	60,8%	57,8%
> 50	17,3%	21,7%
Gesamt	22.850	24.797

Aufgrund des Anstiegs der durchschnittlichen Betriebszugehörigkeit des Personals steigt auch die Zahl der Mitarbeiter, die älter als 50 Jahre sind. So sind 58 % der 19 Senior Manager, die den im Abschnitt „Organisationsstruktur der Gruppe“ beschriebenen Ausschüssen angehören, über 60 Jahre alt, 21% zwischen 51 und 60 Jahre und weitere 21% zwischen 40 und 50 Jahre, darunter auch der CEO der Gruppe. Frauen sind in Person der Präsidentin des Verwaltungsrates vertreten.

Geschlechterverteilung

Im Vergleich zum Vorjahr stieg der Frauenanteil unter den Mitarbeitern in Europa, während er außerhalb Europas sank, was auf die Tatsache zurückzuführen ist, dass in diesem Jahr auch die Mitarbeiter der landwirtschaftlichen Betriebe berücksichtigt wurden. Auch der Frauenanteil bei den Middle und Senior Managers stieg an.

Ein signifikanter Zuwachs war auch bei der Zahl der Frauen zu verzeichnen, die Teilzeit arbeiten. Diese Zunahme zeigte sich vor allem in den europäischen Ländern.

Personalstand zum 31. August	2011/2012			2012/2013		
	Gesamt	Männer	Frauen	Gesamt	Männer	Frauen
	Zahl der Mitarbeiter	%	%	Zahl der Mitarbeiter	%	%
Geographischer Bereich						
Europa	16.505	58,9%	41,1%	17.280	58%	42%
Außerhalb Europas	6.345	51,1%	48,9%	7.517	55,9%	44,1%
Eingruppierung						
Arbeiter	13.360	53,3%	46,7%	14.338	53,8%	46,2%
Angestellte	6.792	55,8%	44,2%	7.698	57,6%	42,4%
Middle Manager	1.878	70,4%	29,6%	1.911	69,9%	30,1%
Senior Manager	820	87,9%	12,1%	850	87,4%	12,6%
Art des Beschäftigungsvertrages						
Unbefristet	17.852	60,3%	39,7%	19.126	61,1%	38,9%
Befristet	4.998	43,8%	56,2%	5.671	44,6%	55,4%
Vollzeit/Teilzeit						
Teilzeit	2.421	32,4%	67,6%	2.074	22,6%	77,4%
Vollzeit	20.429	59,6%	40,4%	22.723	60,5%	39,5%
Gesamt	22.850	56,7%	43,3%	24.797	57,3%	42,7%



Mitarbeiterfluktuation

Hier die Daten zur Mitarbeiterfluktuation bei Frauen und Männern nach geographischem Bereich und Altersgruppe. Die Austrittsdaten beziehen sich auf Pensionierungen, Kündigungen oder Ablauf von Verträgen, während die Eintrittsdaten sich auf die neu von der Gruppe eingestellten Mitarbeiter beziehen. Wir möchten darauf hinweisen, dass die Ferrero-Gruppe im Geschäftsjahr 2012/2013 **3.000** neue Mitarbeiter eingestellt hat⁴, davon **1.496** Frauen (49,9%) und **1.504** Männer (50,1%).

Eintritte und Austritte nach Altersgruppe – Europa

2011/2012						
Europa	Austritte			Eintritte		
	Frauen	Männer	Gesamt	Frauen	Männer	Gesamt
<30	57	76	133	177	239	416
30 – 50	138	166	304	150	171	321
>50	92	101	193	6	14	20
Gesamt	287	343	630	333	424	757
%	4,23%	3,53%	3,82%	4,90%	4,36%	4,59%

2012/2013						
Europa	Austritte			Eintritte		
	Frauen	Männer	Gesamt	Frauen	Männer	Gesamt
<30	52	49	101	164	163	327
30 – 50	109	130	239	141	177	318
>50	62	113	175	6	22	28
Gesamt	223	292	515	311	362	673
%	3,07%	2,91%	2,98%	4,28%	3,61%	3,89%

Eintritte und Austritte nach Altersgruppe – außerhalb Europas

2011/2012						
außerhalb Europas	Austritte			Eintritte		
	Frauen	Männer	Gesamt	Frauen	Männer	Gesamt
<30	207	172	379	371	404	775
30 – 50	256	310	566	328	386	714
>50	92	32	81	32	32	64
Gesamt	512	514	1.026	731	822	1.553
%	16,50%	15,86%	16,18%	23,56%	25,36%	24,50%

2012/2013						
außerhalb Europas	Austritte			Eintritte		
	Frauen	Männer	Gesamt	Frauen	Männer	Gesamt
<30	349	238	587	680	527	1.207
30 – 50	385	308	693	481	580	1.061
>50	72	47	119	24	35	59
Gesamt	806	593	1.399	1.185	1.142	2.327
%	24,31%	14,11%	18,61%	35,75%	27,18%	30,96%

⁴ Die Zahlen für 2012/2013 enthalten, im Gegensatz zu den Zahlen für 2011/2012, auch die Ein- und Austritte in den landwirtschaftlichen Betrieben von Ferrero.

Eintritte und Austritte nach Altersgruppe – Gruppe

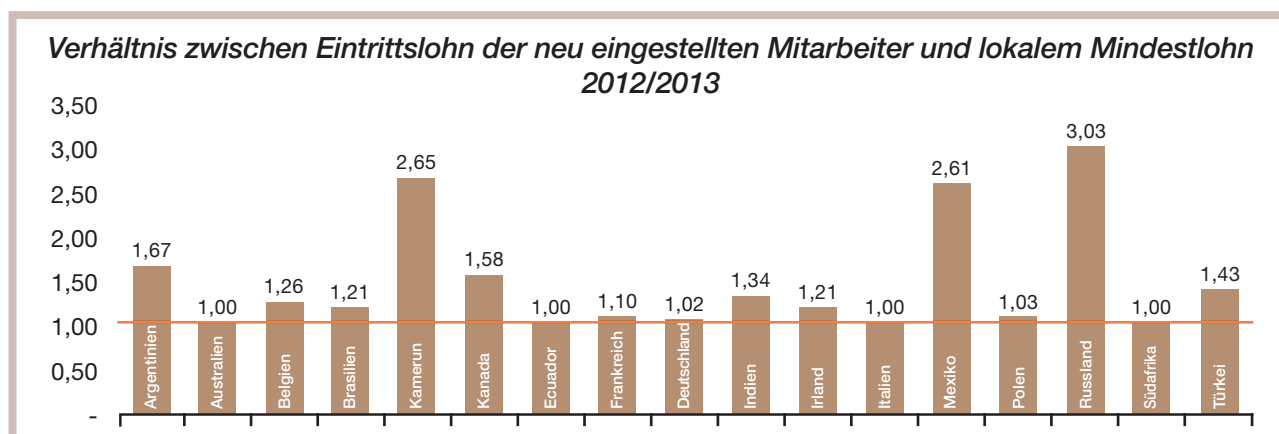
2011/2012						
Gruppe	Austritte			Eintritte		
	Frauen	Männer	Gesamt	Frauen	Männer	Gesamt
<30	264	248	512	548	643	1.191
30 – 50	394	476	870	478	557	1.035
>50	141	133	274	38	46	84
Gesamt	799	857	1.656	1.064	1.246	2.310
%	8,08%	6,61%	7,25%	10,76%	9,62%	10,11%

2012/2013						
Gruppe	Austritte			Eintritte		
	Frauen	Männer	Gesamt	Frauen	Männer	Gesamt
<30	401	287	688	844	690	1.534
30 – 50	494	438	932	622	757	1.379
>50	134	160	294	30	57	87
Gesamt	1.029	885	1.914	1.496	1.504	3.000
%	9,73%	6,22%	7,72%	14,14%	10,58%	12,10%

Angaben dazu, wie viele Ferrero-Mitarbeiter (Frauen und Männer) nach der Elternzeit wieder an den Arbeitsplatz zurückgekehrt sind, werden 2014/15 zur Verfügung stehen.

Entlohnung

Ferrero hält sich an allen Standorten an die gesetzlich und (sofern vorhanden) in den nationalen Rahmentarifverträgen vorgeschriebenen Tarife. Außerdem bestehen an den wichtigsten Standorten ergänzende Vereinbarungen, die noch günstigere Konditionen festlegen, wie etwa Leistungsprämien, die sich nach den erreichten Zielen und den lokalen Gegebenheiten richten. Die folgende Grafik zeigt für die wichtigsten Standorte das Verhältnis zwischen dem Eintrittslohn und dem in den einzelnen Ländern, in denen sich die Ferrero-Produktionsstätten befinden, per Gesetz oder Tarifvertrag festgelegten lokalen Mindestlohn.

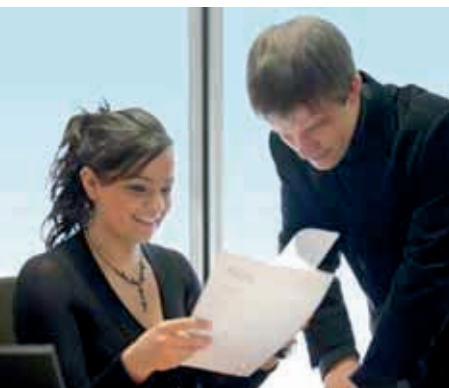


* Der Eintrittslohn repräsentiert die Mindestbruttovergütung für neu eingestellte Produktionsarbeiter. Nicht enthalten sind Überstundenzuschläge, Produktionsprämien oder individuelle Prämien. Ist der Wert gleich 1, stimmen gesetzlicher Mindestlohn und der von Ferrero gezahlte Lohn überein. Bei Südafrika ist zu berücksichtigen, dass – da es keinen landesweiten Mindestlohn gibt – eine Vereinbarung zwischen Ferrero und der nationalen Gewerkschaft als Referenzwert zugrunde gelegt wurde.

Im Folgenden ist das Verhältnis⁵ zwischen der durchschnittlichen Vergütung von Mitarbeitern männlichen bzw. weiblichen Geschlechts für eine Reihe der wichtigsten Länder innerhalb der Gruppe dargestellt.

Durchschnittliches Vergütungsverhältnis nach Geschlecht und Eingruppierung

Eingruppierung	Verhältnis der Vergütung von Frauen und Männern 31.08.2012	Verhältnis der Vergütung von Frauen und Männern 31.08.2013
Italien		
Arbeiter	91,8	92,2
Angestellte	94,4	95,8
Middle Manager	95,1	95,6
Senior Manager	64,0	66,6
Deutschland		
Arbeiter	77,6	78,0
Angestellte	83,1	83,7
Middle Manager	89,7	88,2
Senior Manager	89,4	90,8
Frankreich		
Arbeiter	94,4	91,6
Angestellte	101,5	101,4
Middle Manager	87,0	88,8
Senior Manager	76,3	96,8
Polen		
Arbeiter	69,0	66,1
Angestellte	91,4	93,5
Middle Manager	114,5	117,2
Senior Manager	67,4	64,3
Irland		
Arbeiter	91,2	91,5
Angestellte	83,3	77,9
Middle Manager	73,8	74,2
Senior Manager	n.a.	n.a.
Kanada		
Arbeiter	87,8	87,2
Angestellte	90,3	88,2
Middle Manager	99,8	100,6
Senior Manager	89,8	72,3
USA		
Arbeiter*	89,6	90,8
Angestellte	76,5	76,3
Middle Manager	97,5	106,3
Senior Manager	56,7	70,1
Russland		
Arbeiter	n.a.	90,9
Angestellte	n.a.	114,5
Middle Manager	n.a.	97,5
Senior Manager	n.a.	91,1



* Diese Zahl bezieht sich auf die im Verpackungszentrum in den USA eingestellten Arbeiter.

⁵ Dieses Verhältnis wird mithilfe der folgenden Formel berechnet: durchschnittliche Vergütung Männer: 100 = durchschnittliche Vergütung Frauen: X. Beträgt das Verhältnis weniger 100, ist die Vergütung der Männer höher als die der Frauen.

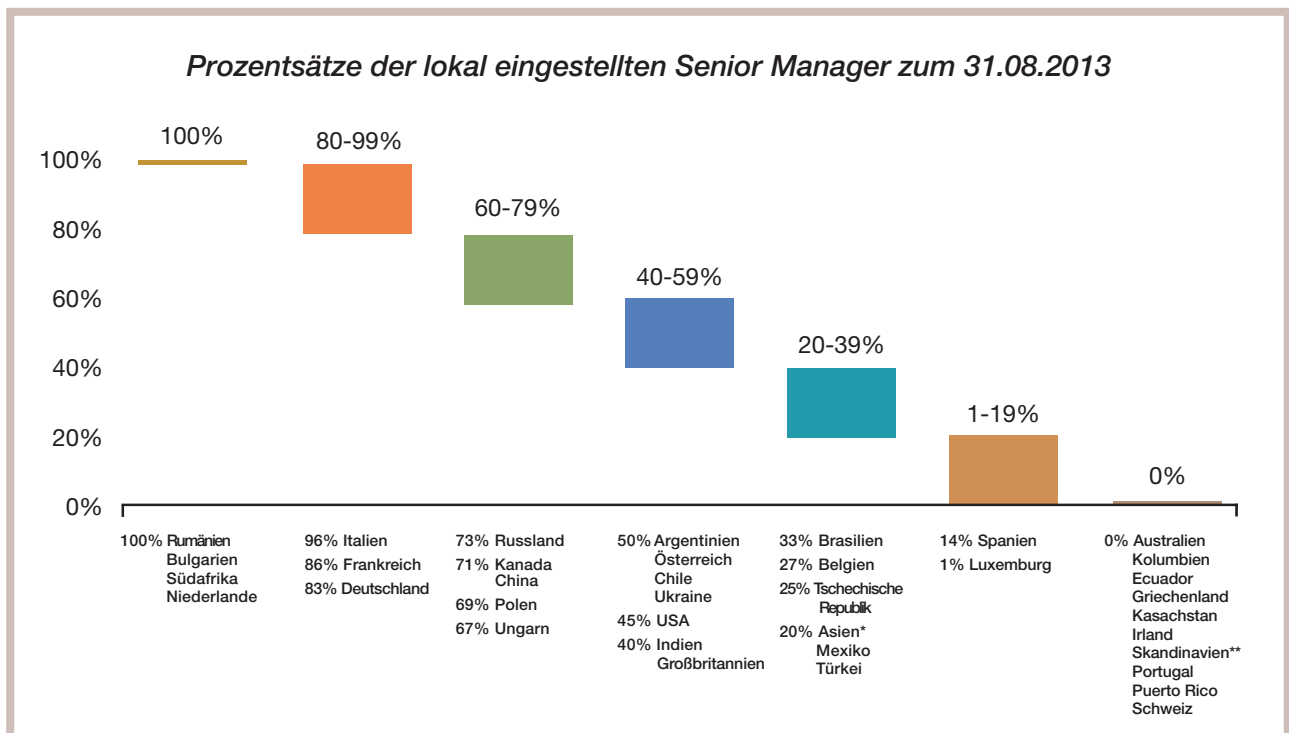
Das System zur Erfassung der Vergütungsdaten auf Gruppenebene wird 2014/2015 abgeschlossen sein. Heute können für folgende Länder Zahlen aufgeführt werden: Italien, Deutschland, Frankreich, Polen, Irland, Kanada, USA und Russland, die mehr als 70% des Gesamtpersonalstandes der Gruppe aufweisen. Bei den aufgeführten Durchschnittsdaten lassen sich einige Unterschiede dadurch erklären, dass in den vergangenen Jahrzehnten eine größere Zahl an Männern eingestellt wurde, was dazu führt, dass die männlichen Mitarbeiter bereits länger im Unternehmen sind und damit im Durchschnitt eine höhere Vergütung erhalten. Dies wird bei den Senior Managern besonders deutlich.



Standortbezogene Einstellungen

Bei Ferrero gibt es auf Gruppenebene keine Vorgabe, die eine bevorzugte standortbezogene Einstellung vorsieht, auch wenn die Gruppe so weit wie möglich Personen des Landes einstellt, in denen die jeweilige Gruppengesellschaft tätig ist.

Im Folgenden sind die Prozentsätze der lokalen Einstellungen von Senior Managern, bei denen die Personen die Nationalität des jeweiligen Landes besitzen, für das sie eingestellt worden sind. Berechnungsbasis sind 850 Senior Manager. Dabei sollte beachtet werden, dass das höhere Management in einigen kleineren Ländern lediglich 1 oder 2 Personen umfasst. In den hier nicht aufgeführten Ländern gibt es keine Senior Manager.



* Asien beinhaltet Hongkong, Singapur, Südkorea und Taiwan.

**Skandinavien beinhaltet Dänemark, Finnland, Schweden und Norwegen.

Beziehungen zu Arbeitnehmervertretungen

Die in der Gruppe angewandte Mindestvorankündigungszeit bei erheblichen Änderungen entspricht den nationalen bzw. regionalen Tarifverträgen und liegt zwischen mindestens 15 Tagen und maximal 6 Monaten.

Im Geschäftsjahr 2012/2013 wurde an keinem der Ferrero-Standorte gegen das Unternehmen gestreikt.

Aktivitäten des Europäischen Betriebsrates (EBR)

Gemeinsames Fortbildungsprojekt des EBR Ferrero für das Jahr 2014

Die Richtlinie 2009/38/EG, die den Referenzrahmen für Europäische Betriebsräte aktualisiert hat, behandelt zwei äußerst wichtige Themen: die Definition der länderübergreifenden Kompetenzen des EBR sowie Struktur und Übertragung der Informations- und Konsultationsrechte der Mitarbeitervertreter von der lokalen auf die transnationale Ebene. Bedeutung, Verständnis und konkrete Umsetzung dieser neuen Inhalte waren Gegenstand der im Geschäftsjahr 2012/2013 von Ferrero durchgeführten gemeinsamen Fortbildungsmaßnahmen für Mitglieder des EBR und Arbeitnehmervertreter aus den jeweiligen Ländern. Im Rahmen dieser Fortbildungen zeigte sich, dass einige Teilnehmer Schwierigkeiten hatten, die jüngsten Entwicklungen der Rollen und Kompetenzen bei den verschiedenen Vertretungsebenen und der Ausübung der Informations- und Konsultationsrechte in den einzelnen Ländern zu verstehen. Daher bietet der EBR Ferrero seinen Mitgliedern (Arbeitnehmervertreter sowie Unternehmensvertreter der nationalen Geschäftsleitungen) ein neues, freiwilliges Fortbildungsprogramm an. Ziel ist es dabei, ihre Kenntnisse zum gesetzlichen Rahmen in den einzelnen Ländern zu Vertretung, Tarifverträgen und Ausübung der Informations- und Konsultationsrechte durch die Arbeitnehmer in den Unternehmen zu stärken und zu aktualisieren.

Im Rahmen dieses Projektes sind folgende Aktivitäten geplant:

- in der Vorbereitungsphase: Erstellung einer aktuellen, wohlgedachten Dokumentation zum Vergleich der verschiedenen Gesetzgebungen und Praktiken im Hinblick auf Vertretung, sozialen Dialog und Arbeitnehmerbeteiligung in den Unternehmen in Europa, insbesondere in Irland, Frankreich, Belgien, Deutschland, Polen und Italien;
- in der Hauptphase: Umsetzung eines Fortbildungskurses für Arbeitnehmervertreter und Mitglieder der Personalabteilungen im EBR Ferrero vom 8. bis 10. April 2014 in Brüssel.

Außerdem wird 2014 mit der Bildung eines „Europäischen Gesundheits- und Sicherheitslabors“ innerhalb des EBR begonnen.

Dieses Labor wird folgende Aufgaben haben:

- Informations- und Warnsystem für Risiken, Gefahren und Unfälle;
- Erfassung und Verbreitung von Good Practices zu Präventionsstrategien am Arbeitsplatz, für Schulungen von Arbeitnehmern und Arbeitnehmervertretern, für Kommunikation und Sensibilisierung zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen und des Lebens der Arbeiter.
- Förderung von Meetings (und zwar auch gemeinsamer Meetings) zwischen den Gesundheits- und Sicherheitsbeauftragten des Unternehmens sowie Arbeitnehmervertretern.

Derzeit vertritt der EBR etwa 70% der Mitarbeiter der Ferrero-Gruppe weltweit und nahezu alle in Europa tätigen Mitarbeiter.



Deckung der Rentenverpflichtungen

Die Gruppe bietet den Mitarbeitern aller Ferrero-Gesellschaften Altersvorsorgepläne mit festgelegten Beiträgen an.

Verlässt ein Mitarbeiter das Unternehmen, bevor alle Beiträge einbezahlt wurden, werden die von Ferrero zu zahlenden Beiträge anteilig gekürzt. Ferrero ist dann lediglich dazu verpflichtet, die bereits eingezahlten Beiträge auszus zahlen.

Bestimmte Mitarbeitergruppen einzelner Ferrero-Gesellschaften haben Anspruch auf eine gesetzliche Abfindung. Die den Mitarbeitern dann zustehenden Rentenansprüche werden mithilfe versicherungsmathematischer Berechnungen bestimmt und durch spezielle, in der Bilanz verbuchte Rückstellungen abgedeckt.

Die den Mitarbeitern zustehenden Beträge werden am Jahresende bestimmt und bilden den aktuellen Wert der Verbindlichkeiten der Gruppe gegenüber ihren Mitarbeitern nach Abzug bereits geleisteter Zahlungen ab.

Gesundheit und Arbeitsschutz

Für die Ferrero-Gruppe hat der Schutz der Gesundheit sowie der psychischen und physischen Unversehrtheit ihrer Mitarbeiter absolute Priorität.

Die Maßnahmen zum Schutz der Gesundheit sowie zur Sicherheit am Arbeitsplatz werden nicht als einzelne Aktionen, sondern als integraler Bestandteil der Arbeitstätigkeiten betrachtet.

Die Gruppe verpflichtet sich daher, festzustellen, welche Risiken möglicherweise bei der Durchführung der Arbeit vorhanden sind und diese auszuschalten und das Arbeitsumfeld sowie das entsprechende Sicherheitsniveau so weit wie möglich zu verbessern, und zwar auch durch Anwendung spezieller Handhabungsmodelle.

Um alle Arbeitnehmer in Bezug auf ihre Rollen und Verantwortlichkeiten im Zusammenhang mit Gesundheit und Arbeitssicherheit zu sensibilisieren, wurden zahlreiche freiwillige Maßnahmen zu diesen Themen durchgeführt.

Es folgen einige Beispiele für die in den deutschen Ferrero-Gesellschaften durchgeführten Maßnahmen.

Initiativen von Ferrero Deutschland zur Förderung von Gesundheit und Wohlbefinden am Arbeitsplatz

Ferrero Deutschland hat für alle Mitarbeiter in Verwaltung und Produktion eine Reihe von Initiativen umgesetzt, um das Wohlbefinden am Arbeitsplatz zu fördern und ein optimales Gleichgewicht zwischen Beruf und Privatleben (Work-Life-Balance) zu unterstützen.

Aufgrund der positiven Reaktionen und der regen Beteiligung an den Maßnahmen sowie interner und externer Umfragen hat Ferrero ein eigenes Gesundheitsmanagement-Team eingerichtet, das ein ganzheitliches Programm mit Strategien, Zielen und Aktivitäten für alle Mitarbeiter umgesetzt hat, auch unter Berücksichtigung der Anforderungen und Besonderheiten der beiden Bereiche Produktion und Verwaltung.

Das Gesundheitsprogramm wurde 2013 initiiert und umfasst drei Handlungsfelder, die eng miteinander verbunden sind: mentale Fitness, körperliche Fitness und gesunder Genuss. Für jedes Handlungsfeld wurde eine Reihe von Aktivitäten organisiert, wie etwa Konferenzen, Workshops oder Schulungen, unter aktiver Beteiligung der Mitarbeiter. Hier einige Beispiele:

- für mentale Fitness:
 - EAP (Employee Assistance Program) zur Unterstützung der Mitarbeiter in allen existentiellen Situationen;
 - Mitarbeiterworkshops
- für körperliche Fitness:
 - kostenloser Check-up für Mitarbeiter über 35 Jahre und regelmäßige Impfaktionen;
 - Kooperation mit Fitnessclubs;
- für gesunden Genuss:
 - Einzelberatungen;
 - Kochkurse für ausgewogene Ernährung.



DEINE Sicherheit geht auch MICH etwas an (La TUA sicurezza interessa anche ME)

2013 hat der Arbeitssicherheitsausschuss am Standort Alba (der zu gleichen Teilen aus Arbeitnehmer- und Unternehmensvertretern besteht) die Maßnahmen fortgeführt, die dem Aufbau einer immer stärker auf Prävention ausgerichteten Sicherheitskultur dienen. Ein großer Erfolg war die Ausschreibung eines Wettbewerbs, an dem alle Ferrero-Mitarbeiter in Alba teilnehmen und Vorschläge für einen Sicherheitslogan einreichen konnten. Innerhalb nur weniger Tage schlugen mehr als 3.000 Mitarbeiter ein Motto vor und bewiesen damit viel Phantasie und Interesse für das Thema. Eine Jury aus Arbeitnehmern und Unternehmensvertretern wählte dann zehn Slogans aus, die ausgezeichnet wurden und eine allgemeine Jury kürte „DEINE Sicherheit geht auch MICH etwas an“, eingereicht von Giovanni Rossi aus der Abteilung Instandhaltung, zum Sieger. Der Spruch drückt klar aus, dass Sicherheit ein Wert ist, der nicht nur den Einzelnen, sondern alle etwas angeht, und der das Interesse und die Beteiligung aller erfordert. Im selben Jahr wurden dann auch in den Werken Balvano, Pozzuolo Martesana und Sant’Angelo dei Lombardi Workshops organisiert, an denen Arbeiter, Chefs und Gewerkschaftsvertreter gemeinsam über neue Formen der Beteiligung an dem Thema Arbeitssicherheit sowie dessen Kommunikation nachdachten.

Die wachsende Bedeutung von Sicherheitsschulungen zeigt sich darin, dass 2012/2013 an den italienischen Standorten der Ferrero S.p.A. 279 Schulungen für 2.643 Mitarbeiter stattfanden, in deren Rahmen insgesamt 16.253 Schulungsstunden geleistet wurden.

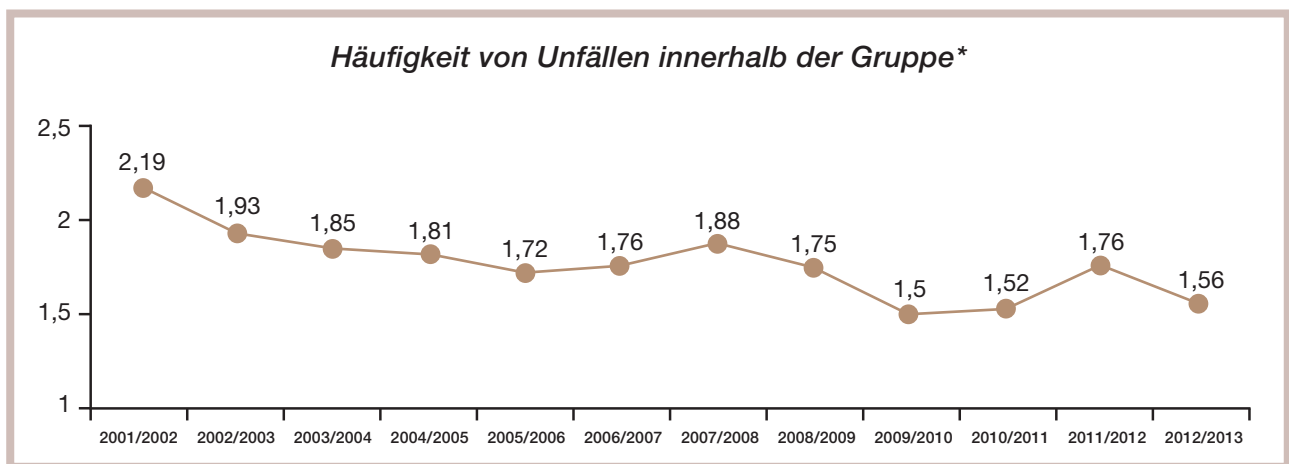


Unfallzahlen

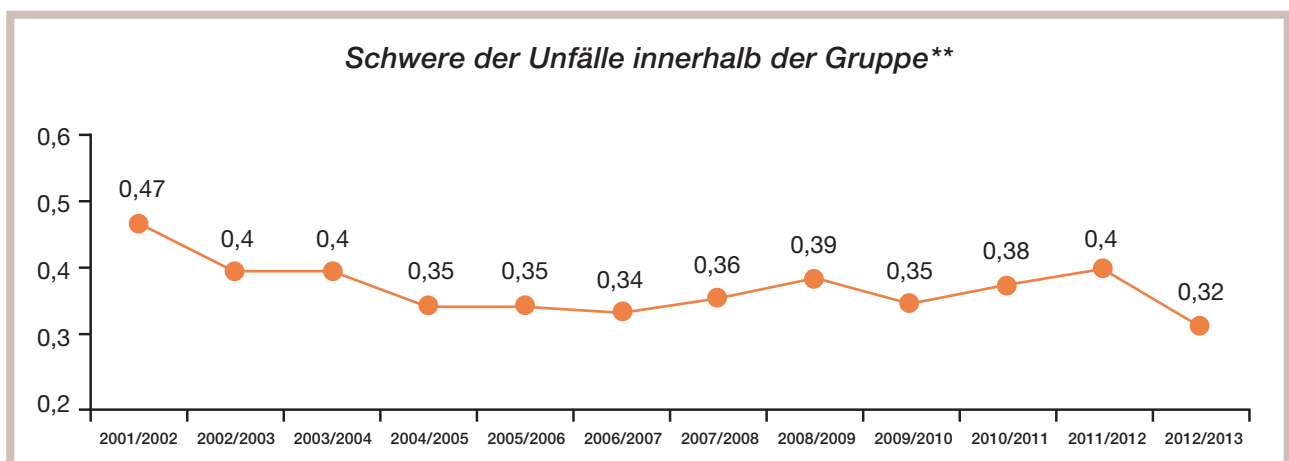
Die untenstehenden Diagramme zeigen die Unfälle, die eine Abwesenheit von mehr als drei Arbeitstagen zur Folge hatten, während der Arbeitszeit oder auf dem Arbeitsweg (Hin- und Rückfahrt zur Arbeit) passiert sind und die Werke der Gruppe (mit Ausnahme der Imprese Sociali Ferrero) betrafen. Für die neuen Werke wurden Daten ab Januar 2013 (Manisa, Türkei) bzw. Juni 2013 (San José Iturbide, Mexiko) erhoben. Es gab keine tödlichen oder schwerwiegenden Unfälle.

2012/2013 verringerten sich sowohl die Häufigkeit (-11%) als auch die Schwere der Unfälle (20%), was auf die gemeinsamen fachlichen, organisatorischen und Schulungsmaßnahmen in den verschiedenen Werken der Gruppe zurückzuführen ist.

Die Kennzahlen für Unfallhäufigkeit und -schwere werden nur auf Basis der Unfälle und der Arbeitsstunden der Arbeiter und Angestellten berechnet, die in den angegebenen Produktionsstätten arbeiten.



* Diese Kennzahl zeigt die Gesamtzahl der Unfälle im Berichtszeitraum pro 100.000 Arbeitsstunden



** Diese Kennzahl zeigt die Gesamtzahl der Abwesenheiten im Berichtszeitraum pro 1.000 Arbeitsstunden

JAHR	2001/2002	2002/2003	2003/2004	2004/2005	2005/2006	2006/2007	2007/2008	2008/2009	2009/2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013
Häufigkeitsrate (100.000 Stunden)	2,19	1,93	1,85	1,81	1,72	1,76	1,88	1,75	1,5	1,52	1,76	1,56
Schwere (1.000 Stunden)	0,47	0,4	0,4	0,35	0,35	0,34	0,36	0,39	0,35	0,38	0,40	0,32

Die Daten zu Fehl- und Krankheitstagen, unterteilt nach Geschlecht und Standorten, werden 2014/2015 vorliegen.

Weiterbildung und Weiterentwicklung

Auch in diesem Berichtsjahr hat das Ferrero Learning Lab wichtige Schulungsmaßnahmen für die Gruppe durchgeführt.

Die Corporate University umfasst sowohl den Bereich institutionelle – also berufspezifische – als auch managementrelevante Fortbildungsmaßnahmen zur Verbesserung von persönlichen Fachkenntnissen, Verhaltensweisen und Fähigkeiten. Auch für die Teams der einzelnen Bereiche (Commercial Operations, Management Services und Industrial Operations) wurde im Rahmen der Academy und von Sonderprojekten eine größere Zahl von Maßnahmen umgesetzt, um das vorhandene Know-how im Unternehmen zu erfassen und strukturiert und mithilfe hochmoderner Lehrmethoden weiterzugeben.

Alle Weiterbildungsprogramme für die Bereiche Commercial Operations und Management Services wurden erfolgreich in der gesamten Ferrero-Gruppe umgesetzt.



Hier die wichtigsten Innovationen:

1. Ferrero Marketing Academy: bei diesem ambitionierten Trainingsprojekt für Marketingsabteilungen wurden GJ 2012/2013 folgende Phasen abgeschlossen:
 - a. Darstellung der grundlegenden Ferrero-Marketingkomponenten und Definition der entsprechenden Kompetenzen;
 - b. Analyse der Schulungsprioritäten und Identifizierung von drei Themenbereichen: Consumer Centricity, Engaging Communication, Growing Love Brands;
 - c. Schaffung von Arbeitsgruppen, die die Schulungsinhalte entwickelten.

2. Ferrero Sales Academy: Aufgrund der vorhandenen umfassenden Erfahrung bei Ferrero weltweit war die Rückmeldung zur Aktualisierung und Verbesserung der Inhalte groß. Daher wurden verschiedene „Verbesserungsbereiche“ eingerichtet, damit die Schulungsinhalte immer effizient und aktuell sind.

3. Institutional Affairs und PR: die Mitarbeiter dieser Bereiche in- und außerhalb Europas erhielten zweiwöchige Schulungen. Sie wurden dabei umfassend über die Ferrero-Welt sowie über die für die Gruppe typischen Aktivitäten und Prozesse informiert und erhielten so Kenntnisse, die für ihre Arbeit wesentlich sind, um die Ferrero-Gruppe weltweit gegenüber ihren Interaktionspartnern zu vertreten und zu unterstützen.



2012/2013 hat das Ferrero Learning Lab 62.972⁶ Schulungsstunden geleistet, mit einer Teilnehmerzahl von 2.018 pro Jahr.

Zum Ende des Berichtsjahres wurden diese Daten durch die Einrichtung eines speziellen IT-Systems für das Schulungs-Monitoring erweitert.

Dieses IT-System wird weiter ausgedehnt, um ein Monitoring der lokal durchgeführten Schulungsmaßnahmen zu ermöglichen und letztendlich Gesamtdaten über das gesamte Schulungsangebot der Ferrero-Gruppe zu erhalten, also Gesamtschulungsstunden und durchschnittlicher Wert pro Kopf nach Eingruppierung und Geschlecht.

Diese Daten sollen ab dem Geschäftsjahr 2014/2015 und nicht bereits ab dem GJ 2013/2014 zur Verfügung stehen, da das erste Jahr zur Konsolidierung des Systems benötigt wird, um die Zuverlässigkeit der Daten zu gewährleisten.

Ferrero Learning Lab: Schulungsaktivitäten im GJ 2012/2013

Geschlecht	Teilnehmer	Schulungsstunden
Frauen	800	30.604
Männer	1.218	32.368
Gesamt	2.018	62.972

Der neue Schulungsplan ist folgendermaßen unterteilt:

- **Nach Schulungsbereich:**

- **Development Activities:** Maßnahmen zur beruflichen Weiterentwicklung, die im Allgemeinen Schulungen, Hospitation sowie die Entwicklung von Fähigkeiten und Verhaltensweisen umfassen.
- **Institutional Training:** Fortbildungsmaßnahmen institutioneller Art, die sich auf die Entwicklung einer Führungsrolle konzentrieren, unter Berücksichtigung von Unternehmenswerten und -kultur.
- **Managerial & Soft Skills:** Maßnahmen zur Weiterentwicklung der Rolle der Mitarbeiter im Hinblick auf die erforderlichen Führungskompetenzen.
- **Professional Know How:** Maßnahmen zur Weiterentwicklung der Rolle des Mitarbeiters im Hinblick auf die erforderlichen Fachkompetenzen.

⁶ Daten aus SAP TEM, die nur die Kurse von Learning Lab und Corporate University beinhalten.



Ferrero Learning Lab: Schulungsaktivitäten nach Fortbildungsbereich GJ 2012/2013

Fortbildungsbereich	Teilnehmer	Schulungsstunden
Development Activities	49	504
Institutional	204	31.938
Managerial & Soft Skills	923	17.172
Professional Know-how	842	13.358
Gesamt	2.018	62.972

• **Nach Schulungsinhalt:**

Das neue Schulungsangebot ist untergliedert nach Themenbereichen mit unterschiedlichen Schulungsinhalten. Ein Kurs zu Verhandlungstechnik, der normalerweise für die Berufsgruppe „Vertrieb“ gedacht ist, kann beispielsweise auch von Mitarbeitern anderer Bereiche belegt werden (z.B. Einkauf), um diese Kompetenz zu stärken.

Durch diesen Ansatz ist ein abteilungsübergreifendes und breiteres Angebot als in der Vergangenheit möglich, was zu einer stärkeren Verbreitung und Vernetzung der Kompetenzen in der Gruppe führt.

Ferrero Learning Lab: Schulungsaktivitäten nach Schulungsinhalt im GJ 2012/2013

Schulungsinhalt	Teilnehmer	Schulungsstunden
Managerial & Soft Skills	935	17.268
Vertrieb	288	5.296
Institutional	204	31.938
Produktion	168	1.596
Marketing	142	2.272
Finanzen	120	1.920
Qualität	50	400
Development Activity	49	504
Institutional Affairs & PR	29	986
Informationstechnologie	19	456
Einkauf	14	336
Gesamt	2.018	62.972

Talent Management

Die Middle Manager und Senior Manager der Gruppe⁷ nehmen jedes Jahr an einem Performance-Management-Prozess teil, bei dem die persönliche Leistung bewertet wird, um zu überprüfen, inwieweit die vorgegebenen Ziele erreicht und organisationsrelevante Verhaltensweisen gezeigt wurden. Bei diesem Prozess wird auch geklärt, welche Kompetenzen noch verbessert werden können.

Im GJ 2012/2013:

- erfolgte die allmähliche Ausdehnung des Performance Managements auf Angestellte und damit auf Gruppenebene die Einführung einer gemeinsamen Terminologie für Ziele, Ergebnisse, Kompetenzen, Mobilität und berufliche Ziele. Insgesamt waren hier mehr als 5.000 Mitarbeiter beteiligt; für nahezu alle wurde ein individueller Entwicklungsplan erstellt. Für 2013/2014 ist eine weitere Ausdehnung dieses Programms geplant, dann werden etwa 9.800 Mitarbeiter einbezogen;
- wurde ein Management-Review-Prozess eingeleitet, an dem Ferrero-Mitarbeiter aller Hierarchiestufen beteiligt waren. Durch die Schaffung eines gemeinsamen Verantwortungsbewusstseins der Mitarbeiter des Managements und der Personalabteilung werden durch diesen Prozess Führungsentscheidungen für die Mitarbeiterentwicklung beeinflusst. Ziel ist es dabei:
 - auf den verschiedenen Ebenen Mitarbeiter zu identifizieren, die kurz- oder mittelfristig mehr Verantwortung übernehmen können;
 - mögliche Nachfolger für die Schlüsselpositionen im Unternehmen zu identifizieren.



⁷ Mit Ausnahme der Mitarbeiter mit weniger als einem Jahr Betriebszugehörigkeit sowie der Mitarbeiter der landwirtschaftlichen Betriebe.

Projekt Intercultura

Auch im Schuljahr 2012/2013 hat die Ferrero-Gruppe ihre nun schon seit 10 Jahren bestehende Zusammenarbeit mit Intercultura fortgeführt und Kindern von Mitarbeitern die Möglichkeit geboten, im Ausland zu studieren. Vergeben wurden ein Jahresstipendium in Italien, drei Zweimonatsstipendien in Frankreich, ein Jahresstipendium in Deutschland und ein Jahresstipendium in Polen.

Technische und branchenspezifische Ausbildung

Neben den vom Learning Lab koordinierten Projekten wird an den verschiedenen Verwaltungs- und Produktionsstandorten der Ferrero-Gruppe eine ganze Reihe von Maßnahmen durchgeführt, die vor allem auf die Entwicklung von Fachkompetenzen abzielen. Zu den wichtigsten gehören hier Kurse in den Bereichen Mitarbeiterführung, Lebensmittelsicherheit, Produktionsverfahren, Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz, EDV-Kurse und Sprachen.



Die folgende Übersicht zeigt die insgesamt bzw. pro Kopf geleisteten Weiterbildungsstunden für die Arbeiter und Angestellten der Standorte der Ferrero-Gruppe.

Durchschnittliche jährliche Weiterbildungsstunden pro Standort

Land	2011/2012		2012/2013	
	Stunden/ Jahr	Stunden- Ø/ Mitarbeiter	Stunden/ Jahr	Stunden- Ø/ Mitarbeiter
Italien	22.791	5,8	25.625	5,89
Polen	18.100	16,3	11.709	12,27
Russland	3.300	18,6	5.072	26,84
Brasilien	901	2,3	10.581	22,51
Belgien	3.987	6,4	4.674	7,44
Kanada*	4.965	6,2	5.989	10,68
Argentinien	1.788	4,6	2.151	6,13
Irland	2.283	9,5	1.997	9,04
Ecuador	1.724	4	1.777	3,84
Deutschland	32.345	13,2	60.359	19,11
Frankreich	2.604	7,2	2.889	6,96
Australien**	960	12,5	496	5,23

* Die Zahlen für Kanada beziehen sich nur auf Arbeiter

** Die Zahlen für Australien beinhalten kein Training on-the-job

Derzeit erlauben es die IT-Systeme der Gruppe nicht, detaillierte Daten zu allen Standorten zur Verfügung zu stellen; dies wird jedoch ab 2014/2015 möglich sein, wie im Abschnitt „Weiterbildung und Weiterentwicklung“ dargestellt.

Betriebszugehörigkeit

Die Ferrero-Gruppe zeichnet sich durch ein besonders gutes Betriebsklima und die starke Bindung zwischen den Mitarbeitern und der Familie Ferrero aus, die Jahr für Jahr stärker wird.

Im GJ 2012/2013 wurden 170 Mitarbeiter für 25 Jahre Betriebszugehörigkeit, 173 Mitarbeiter für 30 Jahre Betriebszugehörigkeit, 81 Mitarbeiter für 35 Jahre Betriebszugehörigkeit und 39 Mitarbeiter für 40 Jahre Betriebszugehörigkeit geehrt.

Hier die Daten zur durchschnittlichen Betriebszugehörigkeit⁸ der Mitarbeiter in den Werken der Ferrero-Gruppe zum 31. August 2013.

Eingruppierung	Durchschnittl. Betriebszugehörigkeit zur Ferrero-Gruppe (Jahre, Monate)		
	Frauen	Männer	Gesamt
Italien: Alba seit 1946, Pozzuolo Martesana seit 1965, Balvano seit 1985, S. Angelo die Lombardi seit 1985			
Arbeiter	13 Jahre, 11 Monate	17 Jahre, 10 Monate	16 Jahre, 1 Monat
Angestellte	14 Jahre, 11 Monate	18 Jahre, 3 Monate	16 Jahre, 11 Monate
Middle Manager	17 Jahre, 1 Monat	19 Jahre, 7 Monate	19 Jahre
Senior Manager	15 Jahre, 2 Monate	21 Jahre	20 Jahre, 5 Monate
Deutschland: Stadallendorf seit 1956			
Arbeiter	11 Jahre, 1 Monat	12 Jahre, 7 Monate	11 Jahre, 10 Monate
Angestellte	12 Jahre, 9 Monate	16 Jahre, 9 Monate	15 Jahre, 6 Monate
Middle Manager	21 Jahre, 1 Monat	17 Jahre, 6 Monate	17 Jahre, 9 Monate
Senior Manager	n.a.	21 Jahre, 6 Monate	21 Jahre, 6 Monate
Frankreich: Viller-Ecalles seit 1960			
Arbeiter	14 Jahre, 8 Monate	15 Jahre, 2 Monate	14 Jahre, 11 Monate
Angestellte	16 Jahre, 10 Monate	18 Jahre	17 Jahre, 7 Monate
Middle Manager	5 Jahre, 2 Monate	11 Jahre, 11 Monate	9 Jahre, 3 Monate
Senior Manager	n.a.	6 Jahre	6 Jahre
Australien: Lithgow seit 1974			
Arbeiter	11 Jahre, 1 Monat	8 Jahre, 11 Monate	10 Jahre
Angestellte	10 Jahre	12 Jahre, 8 Monate	11 Jahre, 5 Monate
Middle Manager	n.a.	17 Jahre	17 Jahre
Senior Manager	n.a.	30 Jahre, 8 Monate	30 Jahre, 8 Monate
Irland: Cork seit 1975			
Arbeiter	14 Jahre, 3 Monate	10 Jahre, 3 Monate	11 Jahre, 7 Monate
Angestellte	11 Jahre, 6 Monate	15 Jahre, 9 Monate	14 Jahre
Middle Manager	16 Jahre, 2 Monate	23 Jahre, 8 Monate	22 Jahre, 2 Monate
Senior Manager	n.a.	7 Jahre, 3 Monate	7 Jahre, 3 Monate
Ecuador: Quito seit 1975			
Arbeiter	7 Jahre, 10 Monate	4 Jahre, 10 Monate	6 Jahre, 7 Monate
Angestellte	7 Jahre, 2 Monate	6 Jahre, 11 Monate	7 Jahre, 1 Monat
Middle Manager	19 Jahre, 1 Monat	14 Jahre, 3 Monate	15 Jahre, 6 Monate
Senior Manager	n.a.	17 Jahre, 8 Monate	17 Jahre, 8 Monate
Belgien: Arlon seit 1989			
Arbeiter	10 Jahre, 4 Monate	13 Jahre, 4 Monate	11 Jahre, 9 Monate
Angestellte	18 Jahre, 9 Monate	19 Jahre, 9 Monate	19 Jahre, 2 Monate
Middle Manager	15 Jahre, 1 Monat	19 Jahre, 2 Monate	18 Jahre, 5 Monate
Senior Manager	n.a.	22 Jahre, 3 Monate	22 Jahre, 3 Monate
Polen: Belsk seit 1992			
Arbeiter	4 Jahre	7 Jahre, 1 Monat	5 Jahre, 8 Monate
Angestellte	8 Jahre	8 Jahre, 10 Monate	8 Jahre, 5 Monate
Middle Manager	n.a.	14 Jahre, 6 Monate	14 Jahre, 6 Monate
Senior Manager	15 Jahre, 5 Monate	15 Jahre, 9 Monate	15 Jahre, 8 Monate



⁸ Zur Berechnung des Durchschnittswerts wurde für jeden zum 31. August 2013 beschäftigten Mitarbeiter die Betriebszugehörigkeit ab Eintritt in die Ferrero-Gruppe bis zum 31. August 2013 erfasst.

Eingruppierung	Durchschnittl. Betriebszugehörigkeit zur Ferrero-Gruppe (Jahre, Monate)		
	Frauen	Männer	Gesamt
Argentinien: La Pastora seit 1992			
Arbeiter	9 Jahre, 8 Monate	8 Jahre, 9 Monate	9 Jahre, 3 Monate
Angestellte	11 Jahre, 5 Monate	11 Jahre, 2 Monate	11 Jahre, 3 Monate
Middle Manager	7 Jahre, 11 Monate	8 Jahre, 1 Monat	8 Jahre, 1 Monat
Senior Manager	n.a.	5 Jahre, 9 Monate	5 Jahre, 9 Monate
Brasilien: Poços de Caldas seit 1994			
Arbeiter	4 Jahre, 3 Monate	4 Jahre, 4 Monate	4 Jahre, 3 Monate
Angestellte	9 Jahre, 7 Monate	8 Jahre, 6 Monate	8 Jahre, 9 Monate
Middle Manager	n.a.	13 Jahre, 9 Monate	13 Jahre, 9 Monate
Senior Manager	n.a.	2 Jahre, 5 Monate	2 Jahre, 5 Monate
Kanada: Brantford seit 2006			
Arbeiter	4 Jahre, 8 Monate	3 Jahre, 11 Monate	4 Jahre, 2 Monate
Angestellte	5 Jahre, 1 Monat	5 Jahre, 11 Monate	5 Jahre, 6 Monate
Middle Manager	7 Jahre, 10 Monate	15 Jahre, 11 Monate	15 Jahre, 2 Monate
Senior Manager	8 Jahre, 6 Monate	18 Jahre, 2 Monate	14 Jahre, 11 Monate
Kamerun: Yaoundé seit 2006			
Arbeiter	4 Jahre, 2 Monate	3 Jahre	3 Jahre, 11 Monate
Angestellte	4 Jahre, 2 Monate	2 Jahre, 7 Monate	3 Jahre, 1 Monat
Middle Manager	7 Jahre, 7 Monate	5 Monate	4 Jahre
Senior Manager	n.a.	n.a.	n.a.
Indien: Baramati seit 2007			
Arbeiter	5 Jahre, 3 Monate	3 Jahre, 9 Monate	4 Jahre, 5 Monate
Angestellte	3 Jahre, 3 Monate	1 Jahr, 12 Monate	2 Jahre, 1 Monat
Middle Manager	n.a.	3 Jahre, 4 Monate	3 Jahre, 4 Monate
Senior Manager	n.a.	11 Jahre, 7 Monate	11 Jahre, 7 Monate
Südafrika: Walkerville seit 2007			
Arbeiter	3 Jahre, 5 Monate	2 Jahre, 5 Monate	3 Jahre, 3 Monate
Angestellte	4 Jahre, 6 Monate	2 Jahre, 1 Monat	3 Jahre, 5 Monate
Middle Manager	3 Jahre, 5 Monate	1 Jahr, 5 Monate	1 Jahr, 10 Monate
Senior Manager	n.a.	4 years	4 years
Russland: Vladimir seit 2009			
Arbeiter	2 Jahre, 1 Monat	2 Jahre, 1 Monat	2 Jahre, 1 Monat
Angestellte	2 Jahre, 11 Monate	3 Jahre, 4 Monate	3 Jahre, 2 Monate
Middle Manager	5 Jahre, 7 Monate	2 Jahre, 7 Monate	4 Jahre, 1 Monat
Senior Manager	n.a.	7 Jahre	7 Jahre
Mexiko: San José Iturbide seit 2013			
Arbeiter	3 Monate	4 Monate	3 Monate
Angestellte	4 Jahre, 2 Monate	2 Jahre, 7 Monate	3 Jahre
Middle Manager	n.a.	5 Jahre, 7 Monate	5 Jahre, 7 Monate
Senior Manager	n.a.	25 Jahre, 5 Monate	25 Jahre, 5 Monate
Türkei: Manisa seit 2013			
Arbeiter	7 Monate	7 Monate	7 Monate
Angestellte	1 Jahr, 11 Monate	2 Jahre, 2 Monate	2 years
Middle Manager	1 Jahr, 3 Monate	21 Jahre, 4 Monate	14 Jahre, 8 Monate
Senior Manager	n.a.	36 Jahre, 6 Monate	36 Jahre, 6 Monate



Nächste Schritte bis 2015

In Fortführung der bereits initiierten Projekte und in Übereinstimmung mit den im vorhergehenden CSR-Bericht festgelegten Zielen werden wir weiterhin folgende Bereiche priorisieren:

- Maßnahmen zur Förderung einer „**Diversitätskultur**“, darunter Weiterbildungskurse für Führungskräfte, die Themen wie interkulturelles Bewusstsein beinhalten. Im Geschäftsjahr 2012/2013 wurden die von der Corporate University Ferrero eingeleiteten Initiativen konsolidiert und werden nun sowohl im Rahmen der Führungskräftebildungen als auch als Einführung für Universitätsabsolventen angeboten.
- Initiativen zur Förderung der beruflichen **Eingliederung behinderter Arbeitnehmer**, darunter Weiterbildungsprojekte in Zusammenarbeit mit Schulen vor Ort und Partnerschaftsprojekte mit Dritten, die diese Personen beschäftigen. Neben den bereits bestehenden Initiativen, die im CSR-Bericht des vergangenen Jahres beschrieben wurden, wurde in 2013 auch die Zusammenarbeit mit externen Lieferanten (vor allem des Werkes Alba) intensiviert, die vorwiegend behinderte bzw. benachteiligte Arbeitnehmer beschäftigen.
- Ausbau bereits bestehender Projekte zur beruflichen **Eingliederung junger Arbeitnehmer** auch durch gemeinsame Initiativen mit Masterprogrammen oder Universitäten, um Studenten mit guter Leistung den Zugang zu erleichtern.

In den einzelnen Ländern bestehen zahlreiche Initiativen wie etwa Schulprojekte, Orientierungstage, Stipendien oder Praktika, die noch weiter ausgebaut werden sollen.

Projekte von Ferrero Deutschland

Ausbildung

Zweijährige Ausbildung für Abiturienten; wie in Deutschland üblich, besteht diese aus der Praxis im Unternehmen unter Betreuung durch einen Tutor und der Theorie in der Berufsschule. Ferrero organisiert außerdem einen fünftägigen Kurs zur Vorbereitung auf die Abschlussprüfung bei der Industrie- und Handelskammer.

Duales Studium

Teilnahme an einem praxisorientierten Programm mit der Möglichkeit, drei Jahre im Unternehmen zu arbeiten und begleitend ein Studium zu absolvieren, so dass sich theoretisches und praktisches Lernen abwechseln. Die Studenten erhalten über den gesamten Zeitraum hinweg ein festes Gehalt.

Stipendien

Jedes Jahr erhalten drei ehemalige Auszubildende oder Kinder von Ferrero-Mitarbeitern Studienstipendien, die von der Fondazione Ferrero auf maximal 9 Monate ausgedehnt werden.

Außerdem werden jedes Jahr zwei Stipendien für Kinder von Mitarbeitern im Alter von 14 bis 17 Jahren zur Verfügung gestellt, damit diese ein Schuljahr im Ausland verbringen können.

Studentenpraktika

Viele junge Menschen erhalten die Gelegenheit, ein Ausbildungspraktikum von maximal 6 Monaten zu machen, vor allem im Bereich Marketing. Die Praktikanten werden angemessen unterstützt und entlohnt und erhalten die Möglichkeit, verantwortungsvolle Aufgaben zu übernehmen. Außerdem erhalten die Studenten die Möglichkeit, an einer Werksführung teilzunehmen.

Zusammenarbeit mit Studenteninitiativen

Eingerichtet wurde eine langfristige Zusammenarbeit mit Enactus, einer internationalen Studentengemeinschaft, die sich für lokale, soziale und ökologische Projekte engagiert. Ferrero bietet Unterstützung bei der nachhaltigen Umsetzung der unternehmerischen Projekte in Form von Coaching und Finanzierung.

Präsentationen an Universitäten

Schließlich werden zahlreiche Veranstaltungen – zum Teil bei äußerst renommierten Universitäten – organisiert, um Studenten bei ihrer Entscheidung über den weiteren Studienverlauf bzw. bei der Berufswahl zu helfen. Diese Veranstaltungen sind für Ferrero eine Möglichkeit, über bestehende Aktivitäten zu berichten und Arbeitsphilosophie und Geschichte des Unternehmens bekanntzumachen.

Im GJ 2014/2015 wird die Ferrero-Gruppe ein Praktikumsprojekt durchführen, in dessen Rahmen sich Studenten, die kurz vor dem Examen stehen, auf eine Beschäftigung im Unternehmen vorbereiten können.

- Initiativen zur Organisation des Arbeitsumfeldes in einer Weise, dass **Studium und Arbeitstätigkeit** miteinander vereinbar sind: an den Standorten der Ferrero-Gruppe genießen Arbeitnehmer, die ein berufsbegleitendes Studium absolvieren, Schichtvergünstigungen oder Sonderurlaub, der gemäß den lokalen Bestimmungen gewährt wird.
- Entwicklung von Richtlinien für die von der Ferrero-Gruppe bereitgestellten **Fürsorgeleistungen**, in denen unter Berücksichtigung der lokalen Besonderheiten gemeinsame Ziele vereinbart werden: 2013/2014 werden die entsprechenden Gruppen-Richtlinien definiert.

Maßnahmen werden vor allem in folgenden Bereichen durchgeführt:

- Familie/Soziales: vorgesehen sind hier Initiativen zur Unterstützung von Eltern, zur Unterstützung von Mitarbeitern bei wichtigen Ereignissen in der Familie sowie in Form von Versicherungen, die Familien bei Tod/Invalidität des Mitarbeiters unterstützen. An einigen Standorten sind auch ergänzende Rentenzahlungen vorgesehen;
- Work-Life-Balance: geplant sind Initiativen, die unter Einhaltung der lokalen Vorschriften einerseits darauf abzielen, mehr Flexibilität und eine stärkere Kontrolle über die eigene Zeit zu erhalten und andererseits interne Dienstleistungen anbieten, mit denen der Alltag besser bewältigt werden kann.

Dazu gibt es allgemeine Richtlinien, die lokal anzupassen sind, um den unterschiedlichen Gegebenheiten der Orte gerecht zu werden, an denen die Ferrero-Gruppe tätig ist.

- Ausdehnung der freiwilligen Maßnahmen in den Bereichen Gesundheit und Arbeitssicherheit, mit dem Ziel, eine Kultur der Sicherheit zu etablieren und eine stärkere Beteiligung der Arbeitnehmer zu erreichen. Siehe dazu den Abschnitt mit der Beschreibung einiger dieser bereits lokal oder im Rahmen des EBR durchgeführten oder noch laufenden Aktivitäten.



Nachhaltige Landwirtschaftliche Praktiken



Nachhaltige Landwirtschaftliche Praktiken

Die Ferrero-Gruppe ist seit jeher darauf bedacht, **direkte, langfristige Geschäftsbeziehungen** zu Rohstoffproduzenten und -lieferanten aufzubauen und zu pflegen, die auf Dialog und Transparenz basieren.

Wie bereits in den vorherigen CSR-Berichten dargestellt, beschreibt der **Code of Business Conduct** von Ferrero unter anderem klare, anspruchsvolle Anforderungen an Qualität und Frische der Rohstoffe unter Einhaltung aller ethischen und nachhaltigen Prinzipien (der vollständige Wortlaut findet sich unter www.ferrerocr.com).

Die grundlegenden Faktoren für die Auswahl unserer landwirtschaftlichen Rohstoffe sind: **hochwertige Qualität, die Achtung der Menschenrechte und Umweltschutz**. Unser Engagement für eine nachhaltige Beschaffung haben wir unter dem Begriff F-ACTS zusammengefasst. F-ACTS steht dabei für „**Ferrero Agricultural Commitment to Sustainability**“, also unser landwirtschaftliches Engagement für Nachhaltigkeit bei den Rohstoffen:



Ferrero – Agricultural Commitment to Sustainability

Unter dem Dach von F-ACTS werden alle Aktivitäten innerhalb der jeweiligen strategischen Lieferkette für den entsprechenden Rohstoff über ein spezielles Programm durchgeführt, das den Namen Ferrero Farming Values (FFV) trägt und die folgenden Ziele verfolgt:

	Kakao Bis 2020: 100% als nachhaltig zertifiziert
	Palmfruchtöl Bis 2014: 100% als nachhaltig und segregiert zertifiziert
	Haselnüsse Bis 2020: 100% rückverfolgbar
	Rohrzucker Bis 2020: 100% als nachhaltig zertifiziert
	Eier Bis 2014: 100% aus Bodenhaltung
	Milch Kontinuierliches Engagement für strenge Qualitätsstandards und Kontrolle der Kennzahlen durch das Milk Quality Project

Die für die Kaffee- und Sojalecithin-Lieferkette festgelegten Ziele sind nun erreicht und werden auf ihrem hohen Niveau beibehalten:

- **100% des beschafften Sojalecithins ist GMO-frei.** Das hat Ferrero seit jeher garantiert und wird dies auch weiterhin tun.
- Im Berichtsjahr hat Ferrero einen Anteil von **100% durch UTZ Certified als nachhaltig zertifizierten Kaffee erreicht.** Der Kaffee stammt von ausgewählten Plantagen in Mittelamerika. Das UTZ Certified Coffee Program „ermöglicht es den Bauern, bessere Anbaumethoden zu erlernen, ihre Arbeitsbedingungen zu verbessern und besser auf ihre Kinder und die Umwelt zu achten¹“.

UTZ Certified ist im Kaffeesektor auf breiter Basis etabliert, daher konnte Ferrero durch bereits zertifizierte Lieferanten in kurzer Zeit eine nachhaltige Lieferkette aufbauen. Die Gruppe beabsichtigt, dies auch in Zukunft fortzuführen.

Die meisten globalen Lieferketten, zu denen auch die Beschaffungsaktivitäten von Ferrero zählen, stehen vor derselben Herausforderung: KOMPLEXITÄT. Die Ferrero-Gruppe ist sich daher bewusst, dass ein einzelner Akteur eine Lieferkette nicht alleine in eine nachhaltige verändern kann. Jeder, der an der Wertschöpfungskette beteiligt ist, trägt Verantwortung – und alle müssen Hand in Hand auf das gemeinsame Ziel nachhaltiger Lieferketten hinarbeiten.

Um dieses Ziel zu erreichen, hat Ferrero allen seinen Projekten einen **Ansatz** zugrunde gelegt, der auf **drei Pfeilern basiert**:



Diese drei Pfeiler sollen letztlich zusammenwirken und sich gegenseitig ergänzen, und nicht isoliert wirken, um so der Komplexität der Lieferketten besser gerecht zu werden.

¹ Mission Statement des UTZ Certified Coffee Program



Kakao

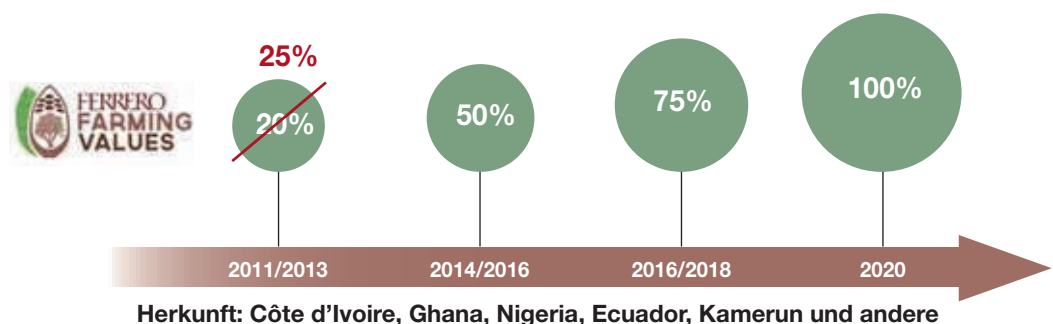
Kakaobeschaffung



Im Geschäftsjahr 2012/2013 hat Ferrero mehr als 100.000 Tonnen Kakaobohnen bezogen und diese in seinen Werken in Alba (Italien) und Stadtallendorf (Deutschland) verarbeitet.

Ferrero's Ziel für 2020 ist die Beschaffung von 100% zertifizierten Kakaobohnen (derzeit über UTZ Certified, Rainforest Alliance Certified™ und Fairtrade). Im Geschäftsjahr konnte die Gruppe bereits einen Wert von 25% zertifizierten Kakao erreichen. Sie hat damit ihr ursprünglich definiertes Ziel von 20% übertroffen.

Zeitplan für die Beschaffung von nachhaltigem Kakao



Parallel zu unserem Ziel für 2020 führen wir weitere Projekte und Partnerschaften fort, um die **Lebensbedingungen der Bauern und ihrer Gemeinschaften zu verbessern.**

Hier einige Beispiele für die von Ferrero in Ghana durchgeführten Projekte.

Die Kooperation von Ferrero mit Source Trust und Geotraceability – ein Best Practice-Beispiel über die Integration des 3-Pfeiler-Ansatzes

Ferrero beabsichtigt, die Lebensbedingungen von mehr als 13.000 Bauernfamilien in Ghana (Westafrika) zu verbessern. Dazu nutzt die Gruppe ihre langjährige Partnerschaft mit Source Trust, einer von Armajaro Trading gegründeten gemeinnützigen Organisation, die den Bauern hilft, durch nachhaltige Bewirtschaftungsmethoden bei der Kakaoernte bessere Erträge und eine bessere Qualität zu erzielen. Der im Rahmen dieser Initiative erzeugte Kakao wird bis 2016 zu 100% rückverfolgbar und durch UTZ Certified zertifiziert sein.

Nachhaltigkeitszertifikate Dritter für Ferrero's Kakaobeschaffung



UTZ Certified

Zu den Zielen von UTZ Certified gehören:

- sichere, gesunde Arbeitsbedingungen
- verantwortungsvoller Umgang mit Pestiziden und Düngemitteln
- gute landwirtschaftliche Praktiken und Führung des landwirtschaftlichen Betriebes
- verbesserte Bildungschancen
- Sicherstellung, dass der von uns bezogene Kakao tatsächlich aus verantwortungsvoller Landwirtschaft stammt.



Durch Rainforest Alliance

Certified™ zertifizierte Betriebe setzen sich für ein gesundes Umfeld ein, sie fördern das Wohlbefinden ihrer Arbeiter und deren Gemeinschaften und gewährleisten effiziente Anbaumethoden. Die Arbeiter profitieren von sicheren Arbeitsbedingungen, erhalten menschenwürdige Unterkünfte sowie ärztliche Versorgung, und ihre Kinder können eine Schule besuchen. Die Zertifizierung gewährleistet den Schutz des Ökosystems, einschließlich des Lebensraums von Tieren und Pflanzen, des Wassers und des Bodens.



Durch das Fairtrade Cocoa Program

profitieren Kleinbauern davon, dass sie größere Mengen ihres Kakaos als Fairtrade verkaufen können. Im Rahmen dieses Fairtrade-Beschaffungsprogramms hat Ferrero sich verpflichtet, ab dem Berichtszeitraum über einen Zeitraum von 3 Jahren 20.000 Tonnen Kakao zu Fairtrade-Bedingungen zu kaufen. Im August 2013 waren so bereits 500 Tonnen Kakao gekauft worden.



Source Trust

Durch die Partnerschaft mit Source Trust arbeitet Ferrero direkt mit den Bauernorganisationen zusammen, um mithilfe einer Reihe von Maßnahmen, die in einem gemeinsamen Planungsprozess festgelegt werden, Probleme im Bereich Landwirtschaft, Soziales, Umwelt und in Geschäftsangelegenheiten zu lösen. Die Projekte von Source Trust ebnen den Weg zu einer langfristigen, nachhaltigen Kakaoproduktion und verbessern gleichzeitig die geschäftlichen Perspektiven der Bauern.

Mit Unterstützung von Ferrero ist Source Trust in der Lage, die Bauern im Hinblick auf gute landwirtschaftliche, ökologische und soziale Praktiken zu schulen, um ihnen zu helfen, Erträge und Erntequalität zu verbessern. Ferrero hat sich verpflichtet, bis 2016 in Ghana 13.000 Bauern aus elf Distrikten zu schulen,

sodass sich diese Bauern nach den UTZ-Certified-Standards zertifizieren lassen können. Neben den Schulungen kann Source Trust dank der Unterstützung durch Ferrero den Bauern auch bewährtes Hybridsaatgut aus modernster Forschung bereitstellen. Durch das bessere Pflanzenmaterial erzielen die Bauern aufgrund höherer Erträge ein besseres Einkommen. Gleichzeitig können alte, unproduktive Bäume durch neuere Arten ersetzt werden, die beim Cocoa Research Institute entwickelt wurden.

In Kooperation mit dem Ghana Education Service unterstützt Ferrero das Programm Village Resource Centers (VRC) von Source Trust und finanziert Zentren mit Computern und Internetanschluss, in denen sowohl die Bauern als auch die Bewohner der Gemeinschaften ihre IT-Kenntnisse weiterentwickeln können.

Diese Zentren befinden sich in Schulen ländlicher Gegenden, die keine IT-Strukturen besitzen, um so den Schülern zu ermöglichen, Computerkenntnisse zu erwerben bzw. diese weiterzuentwickeln. Außerdem dienen sie als Online-Plattform, um die Bauern mithilfe von audiovisuellen Materialien über gute landwirtschaftliche, ökologische und soziale Praktiken zu schulen, was auch Module zur Prävention der schlimmsten Formen von Kinderarbeit einschließt. Bisher haben fünf Schulen in ländlichen Regionen von den Village Resource Centers profitiert, geplant ist die Einrichtung weiterer Village Resource Centers in elf Distrikten.



GeoTraceability

Die Verpflichtung von Ferrero für rückverfolgbaren Kakao wird weiter gestärkt durch die Nutzung eines GeoTraceability-Systems, mit dem bäuerliche Kleinfarmen systematisch erfasst werden.

Bisher wurden insgesamt 6.129 Kakaobauern (davon 32% Frauen) in den fünf Distrikten, aus denen Ferrero seinen Kakao bezieht, vollständig erfasst und liefern Ferrero rückverfolgbaren Kakao. Dies entspricht einer Kakaoanbaufläche von 11.337 Hektar (22% dieser Fläche wird von Frauen bewirtschaftet).

Auf den bäuerlichen Kleinfarmen wird mithilfe von mobilen GIS-Geräten eine Reihe von Daten erfasst wie etwa das Alter der Bäume, Pflanzdichte, Krankheiten und Anbaupraktiken. So erhält Ferrero wichtige Informationen zur sozioökonomischen Situation der Kakaobauern. Diese Informationen werden von Ferrero und Source Trust dazu verwendet, landwirtschaftliche Maßnahmen und Maßnahmen für die Gemeinschaften besser auf die Bedürfnisse der Bauern und ihre Gemeinschaften zuzuschneiden. Letztendlich wird so auch überwacht, welche Ergebnisse durch die Investitionen von Ferrero erzielt werden, um sicherzustellen, dass tatsächlich Verbesserungen bei Produktivität und Lebensbedingungen für die Kakaobauern erreicht wurden.

Bis 2016 werden 13.000 Bauern durch das GeoTraceability-System erfasst sein und damit vollständig rückverfolgbare und von UTZ-Certified zertifizierte Kakaobohnen an Ferrero liefern. Der erzeugte Kakao wird in der Kooperative in Säcke gefüllt und mit Barcodes versehen. Dadurch kann er entlang der Lieferkette zurückverfolgt werden. So kann Ferrero den Weg des Kakao von der Kooperative bis zum Werk zurückverfolgen, also eine lückenlose Rückverfolgbarkeit sicherstellen.



GeoTraceability: Erfassung der bäuerlichen Kleinfarmen

Abbildung

Durch das GIS-Erfassungssystem kennt die Organisation die exakte Größe und Form der jeweiligen bäuerlichen Farm. Außerdem wird auch die Infrastruktur der Gemeinschaft erfasst, die wichtige Informationen wie etwa die Entfernung zu Schulen und Wasserquellen liefert.

Erfassung weiterer Daten

Eine Reihe weiterer Daten zu landwirtschaftlichen Praktiken, der Größe der Pflanzung sowie sozioökonomische Kennzahlen werden ebenfalls erfasst.

Monitoring & Bewertung

Die Daten werden genutzt, um erzielte Verbesserungen zu überwachen und die Schulungsprogramme für die Bauern entsprechend anzupassen.

Letztendlich ist die Datenerfassung durch GeoTraceability ein wesentlicher Bestandteil des Rückverfolgungssystems und ermöglicht, den Kakao bis zu einer bestimmten Gemeinschaft zurückzuverfolgen.

Noch stärkeres Augenmerk auf Kinderarbeit: das Ferrero Cocoa Community Commitment (F3C)

Ferrero führt seine langjährige Partnerschaft mit Source Trust fort und tätigt für ghanaische Kakaobauerngemeinschaften Investitionen, die über eine Zertifizierung hinausgehen.

Ziel des Ferrero Cocoa Community Commitment (F3C) ist es, das Wohlergehen von 8.800 Kakaobauernfamilien einschließlich ihrer schätzungsweise 26.400 Kinder durch eine messbare Verringerung der schlimmsten Formen von Kinderarbeit sowie durch eine messbare Erhöhung des Haushaltseinkommens zu steigern. Dieses Projekt soll gemeinsam mit dem National Program for the Elimination of the Worst Forms of Child Labour in Cocoa (NPECLC) durchgeführt werden. Es hat zum Ziel, in Ghana das sogenannte Child Labour Monitoring System (GCLMS) einzurichten und in Abstimmung mit Source Trust in 162 Gemeinschaften ein innovatives Organisationsmodell für Bauerngemeinschaften in Ghana einzurichten.

In Kooperation mit NPECLC wurde das F3C-Programm auf Ghanas National Plan of Action (NPA) zur Beseitigung der schlimmsten Formen von Kinderarbeit für die Jahre 2009-2015 angepasst und umfasst die folgenden vier Projekt-komponenten:



1. Unterstützung von NPECLC, um in 162 neuen Gemeinschaften, in denen die schlimmsten Formen von Kinderarbeit entdeckt wurden, das GCLMS einzuführen und gleichzeitig 14 Gemeinschaften weiter zu stärken, die bereits am GCLMS-Pilotprojekt des NPECLC teilnehmen.
2. Unterstützung des ghanaischen Sozialministeriums beim Sensibilisierungs- und Mobilisierungsprogramm, um das Verständnis für die Rechte von Kindern sowie für die Folgen und Wirkungen von Kinderarbeit auszubauen und für die Problematik zu sensibilisieren.
3. Einführung umfassender Schulungen über die Sicherung des Lebensunterhalts, die Bauernorganisationen ihren Mitgliedern im Rahmen ihres Schulungsangebots anbieten können. Schlüsselkomponente dieser Schulungen ist die Vermittlung über gute Sozialpraktiken, um so zu einer Verringerung der schlimmsten Formen von Kinderarbeit beizutragen.
4. Einrichtung von acht Village Resource Centers in Schulen, um Unterrichten und Lernen effizienter zu gestalten.

Bisher erzielte Erfolge

Bisher wurden 48 Community Child Protection Committees (Gemeinschaftsausschüsse zum Schutz von Kindern) in zwei Distrikten eingerichtet, in denen Ferrero tätig ist, nämlich New Edubiase A und Asankragwa A. Diese Ausschüsse erhielten im April 2014 von NPECLC eine Schulung zum Ghana Child Labour Monitoring System.

Die Bauern dieser Gemeinschaften wurden registriert und von jedem Farmer wurden Basisdaten erfasst. In beiden Distrikten wurden interne Kontrollbüros eingerichtet, die den Projektfortschritt überwachen. Alle im Rahmen des Programms erfassten Bauern nehmen seit August 2013 an den Schulungen zur Sicherung des Lebensunterhalts teil. Insgesamt wurden in den beiden Distrikten bisher 2.287 Bauern (645 Frauen und 1.642 Männer) geschult.

Nach Abschluss des ersten Jahres der Schulungen für die Bauern fanden im September 2013 interne Überprüfungen statt, um sicherzustellen, dass alle Bauern die Module, in die sie im Rahmen der Schulungen zur Sicherung des Lebensunterhaltes eingewiesen wurden, auch einhalten und umsetzen.

Den internen Prüfungen folgten im Dezember 2013 die externen UTZ-Zertifizierungsaudits, bei denen die Bauern beider Distrikte mit Erfolg die Zertifizierung nach dem UTZ Certified Code of Conduct durchführten.

Die Erweiterung des F3C-Programms begann im Februar 2014 mit der Registrierung der Bauern aus den vier Distrikten Samreboi A, Samreboi B, Samreboi C und Samreboi D. Im Juli 2014 waren 4.500 weitere Bauern aus 80 Gemeinschaften registriert und die Schulungen zur Sicherung des Lebensunterhaltes begannen im April 2014.

Zwei Village Resource Centers wurden eingerichtet, von denen insgesamt 350 Kinder profitieren. Ein Village Resource Center wurde an der Yirase District Assembly Junior High School im Distrikt Asankragwa A eingerichtet, das 150 Schüler (72 Mädchen und 78 Jungen) betreut.

Das zweite Village Resource Center befindet sich an der Adansi Praso District Assembly Junior High School im Distrikt New Edubiase A und kommt 200 Schülern (77 Mädchen und 123 Jungen) zugute.

Das gemeinsam mit der ghanaischen Regierung konzipierte F3C-Programm von Ferrero konzentriert sich nicht alleine auf die Einhaltung der Zertifizierungsanforderungen durch die Bauern, sondern kann in der Tat als Best Practice angesehen werden, da es die drei wesentlichen Pfeiler von Nachhaltigkeit umfasst:

- **Sozial:** fokussiert sich auf die Beseitigung der schlimmsten Formen von Kinderarbeit;
- **Ökologisch:** trägt zur Verbesserung der landwirtschaftlichen Produktion im Kakaoanbau bei, die gleichzeitig im Einklang mit Umweltschutz steht;
- **Wirtschaftlich:** trägt zur Verbesserung der Lebensbedingungen und des Wohlergehens der Kakao produzierenden Gemeinschaften bei.



Palmfruchtöl

Um die besten auf dem Markt erhältlichen Rohstoffe beschaffen zu können, nutzt Ferrero sein umfassendes Verständnis und Wissen über Zutaten, ihre Herkunft und ihre Verarbeitung. Mehr denn je ist Nachhaltigkeit heute eine wesentliche Komponente dieser Wissenskultur.

Die Ferrero-Gruppe hat im Berichtszeitraum etwa 150.000 Tonnen Palmfruchtöl bezogen, und zwar ausschließlich aus Malaysia (vor allem von der Malaiischen Halbinsel), Papua-Neuguinea und Brasilien.

Warum verwendet Ferrero Palmöl?

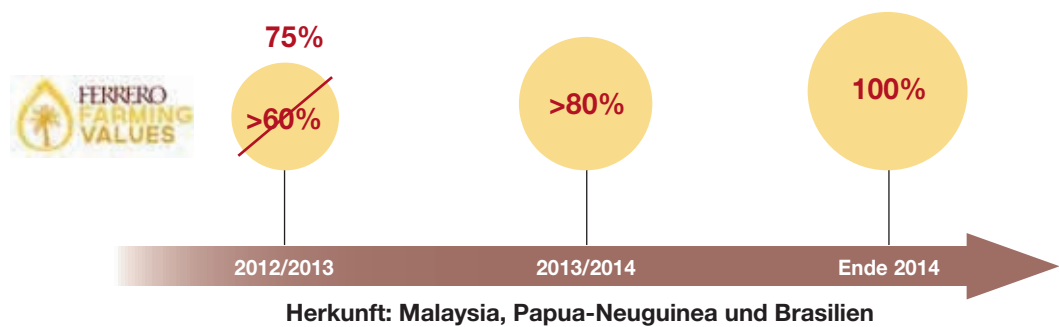
Die zwei wichtigsten Gründe, aus denen in Ferrero-Produkten Palmöl verwendet wird:

- es verleiht den Produkten die richtige Konsistenz und hebt den Geschmack seiner Zutaten hervor, da es geruchs- und geschmacksneutral ist;
- Palmöl trägt zur Ausgewogenheit der Zutaten bei und, was am wichtigsten ist, es muss dafür nicht gehärtet werden. Beim Härten entstehen sogenannte „Transfettsäuren“, die von Behörden und Wissenschaft als gesundheitsschädlich angesehen werden.

Wie bereits im letztjährigen CSR-Bericht dargestellt, ist es weiterhin das Ziel von Ferrero, bereits bis Ende 2014 – und nicht erst 2015, wie ursprünglich geplant – 100% nachhaltig zertifiziertes, segregiertes Palmöl zu beziehen.

Bis Ende des Berichtszeitraumes 2012/2013 wurden etwa 75% des Palmöls aus rückverfolgbaren, segregierten und nachhaltigen Quellen bezogen. Das untenstehende Diagramm zeigt, wie die Gruppe vorgeht, um den angestrebten Prozentsatz von 100% zu erreichen.

Zeitplan für die Beschaffung nachhaltigen Palmöls

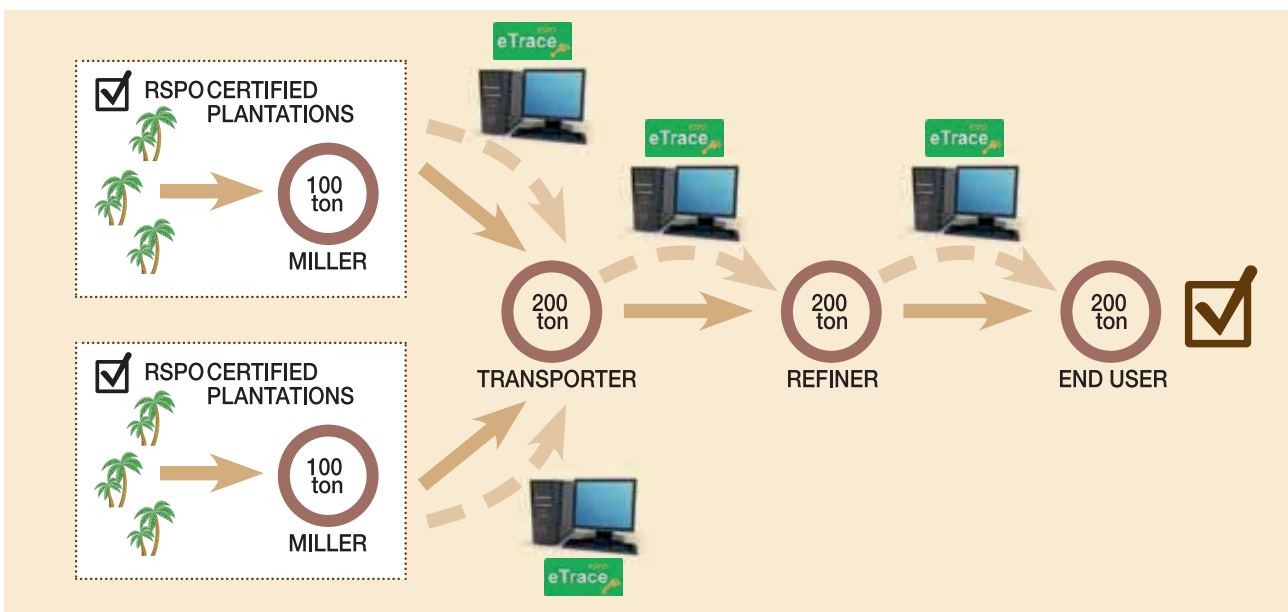




Seit 2005 ist Ferrero aktives Mitglied des Roundtable for Sustainable Palm Oil (RSPO), einer internationalen Organisation, die sich für die Förderung und Umsetzung des Nachhaltigkeitskonzepts in der Palmölproduktion und -lieferkette einsetzt. Dieses internationale Zertifizierungssystem und seine Standards verfolgen die Strategie, die wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Facetten ihrer Mitglieder zu verbessern. Mitglieder sind verschiedene gesellschaftliche Akteure, darunter die Zivilgesellschaft, sowie Erzeuger, Verarbeiter und Händler von Palmöl.

In Übereinstimmung mit der Strategie von Ferrero zur nachhaltigen Rohstoffbeschaffung entlang der gesamten Lieferkette, basieren die Maßnahmen zum Palmöl auf den RSPO-Vorgaben, gehen aber durch die enge Zusammenarbeit mit langfristigen Lieferanten über dessen Standards hinaus, definiert in einer Charta, auf die wir im weiteren Verlauf näher eingehen werden.

Dank dieser besonderen Lieferantenbeziehungen konnte sich Ferrero für das sehr anspruchsvolle RSPO-Level – nämlich die **Zertifizierung als nachhaltig und segregiert** – entscheiden. Nur so kann sichergestellt werden, dass zertifiziert nachhaltiges Palmöl nicht mit nicht-zertifiziertem vermischt wird, und dass das Palmöl bis zu seinem Ursprung zurückverfolgt werden kann.



- >75% des Gesamtbedarfs von etwa 1500.000 Tonnen sind RSPO-zertifiziertes segregiertes Palmöl;
- 100% der europäischen Nutella-Produktion verwendet bereits seit Februar 2014 ausschließlich zertifiziert nachhaltiges und segregiertes RSPO-Palmöl;
- alle 17 Ferrero-Werke, die Palmfruchtöl verwenden, werden bis Ende 2014 die „RSPO Supply Chain Certification“ (SCC) mit dem Level „Segregated“ (SG) erhalten.

In der folgenden Tabelle ist aufgeführt, welche Werke bereits zertifiziert sind:

Werke	„RSPO Supply Chain Certification“ für das Level „Segregated“ (SG)
Alba (Italien), Viller-Ecalles (Frankreich), Stadtallendorf (Deutschland)	seit März 2013
Balvano (Italien), Sant’Angelo dei Lombardi (Italien), Belsk (Polen), Vladimir (Russland)	seit Juli 2013
Lightgow (Australien), Poços de Caldas (Brasilien), Brantford (Kanada), Manisa (Türkei)	seit Dezember 2013
San José Iturbide (Mexiko)	seit März 2014
Arlon (Belgien), Pozzuolo Martesana (Italien)	seit Juli 2014

WWF

Ferrero hat in der Palm Oil Buyers Scorecard 2013 des WWF die beste Bewertung erhalten:

<i>Manufacturers and processors/Traders</i>										
Company name	Country	Scored or not report?	RSPO member?	ACOP submitted?	Commitment to 100% CSPO by	GHC sourcing policy?	Volume of palm oil used (t)	Volume of CSPO used	% CSPO used	Total score/12
Ferrero Trading	Italy	Scored	Yes	Yes	2014	Y	150,000	112,800	75%	12



„Nutella-Hersteller Ferrero gehört zu den Unternehmen, die bei der Nachfrage nach zertifiziertem Palmöl führend sind (weil sie dies zu mehr als 50% verwenden)“. Die WWF Palm Oil Buyers Scorecard und den entsprechenden Artikel finden Sie unter <http://wwf.panda.org>.

Ferrero-Lieferanten

Unsere wichtigsten langjährigen Lieferanten, die uns beim Erreichen dieses ehrgeizigen Ziels unterstützen, sind:



Fallstudie New Britain Palm Oil

New Britain Palm Oil (NBPO) ist ein führender Anbieter nachhaltigen Palmöls. Sein Engagement begann 1969 mit einer sogenannten „Zero-Burn“-Strategie (Null Brandrodungen), 2004 trat NBPO dem RSPO bei und geht nun dank der Charta der „Palm Oil Innovation Group“ (POIG) noch über die Standards des RSPO hinaus.

In Papua-Neuguinea liefern etwa 7.500 Kleinbauern aus dem Gebiet in der Nähe von Kimbe auf der Insel New Britain Palmfrüchte an NBPO, die zu Palmfruchtöl verarbeitet werden.

Zusammen mit der Aufmerksamkeit, die die Ferrero-Gruppe seit jeher seinen Nachhaltigkeitszielen entgegenbringt, stellt die Partnerschaft mit NBPO ein großartiges Beispiel für die praktische Umsetzung dieser Strategie dar.

Die Zusammenarbeit mit NBPO hat erheblich dazu beigetragen – und tut dies auch weiterhin – dass Ferrero seine Ziele zur nachhaltigen Beschaffung erreichen konnte. So ist die Produktion von Palmfruchtöl zum Beispiel ein Zweig der Landwirtschaft, der Tausende von Kleinbauern unterstützt und eine wichtige Nahrungsquelle für die lokalen Gemeinschaften darstellt und sowohl wirtschaftliche Chancen als auch Lebensmittelsicherheit erhöht. Durch die Kooperation mit NBPO ist Ferrero in der Lage, einige dieser Kleinbauern direkt zu unterstützen, da sie zu den Lieferanten von NBPO gehören. Da auch weitere Umweltschutzrichtlinien angewandt werden, wie sie etwa in der RSPO-Zertifizierung und der POIG-Charta zu finden sind, kann NBPO zu Recht von sich behaupten, auf gutem Wege zu einem nachhaltigen Modell für die Branche zu sein.

Zusammen mit Geschäftspartnern hat Ferrero begonnen, den globalen Markt zu verändern, indem die Lebensgrundlagen der Menschen, die von diesem wirtschaftlichen Zweig abhängig sind, kontinuierlich verbessert wurden. Darüber hinaus werden dadurch auch Umweltbedingungen und -schutz verbessert und gleichzeitig eine langfristige Verfügbarkeit dieses einzigartigen Öls gewährleistet.

Nächste Schritte

Um in Sachen Nachhaltigkeit eine Vorbildfunktion auszuüben, entwickelt Ferrero zusammen mit **The Forest Trust** (TFT) ein Tool, das über die RSPO-Standards hinausgeht und damit unsere Lieferanten vor noch größere Herausforderung stellt.

Die **Ferrero Palmöl-Charta** stellt eine Reihe zusätzlicher Kriterien auf, die enorme Relevanz für unsere Lieferanten haben. Zu diesen Kriterien gehört auch ein Prüfsystem, mit dem Fortschritte und Einhaltung der Vorgaben vor Ort überwacht werden. Auf Basis der RSPO-Standards ist ein Schwerpunkt der Charta, bestimmte Praktiken zu bekämpfen, wie etwa die Abholzung von Wäldern mit hohem Kohlenstoffbestand (high carbon stock forests), Brandrodung oder das Bepflanzen von Torfflächen. Ein weiteres Ziel ist der Schutz der Menschenrechte. Dazu gehört auch das Recht einheimischer, lokaler Gemeinschaften auf freie, vorherige und informierte Zustimmung.

Gemeinsam mit TFT, das durch seine Experten sein Fachwissen zu nachhaltigen Praktiken bei tropischen Rohstoffen (einschließlich Palmöl) einbringt, werden aus allen Punkten der Charta spezifische, messbare Kriterien entwickelt. Aktuelle Informationen zur Ferrero Palmöl-Charta finden Sie unter folgenden Links:

www.ferrero.com/news/group-news/Ferrero-Palm-Oil-Charter

www.ferrero.com/group-news/Ferrero-responsible-palm-oil-progress-update



The Forest Trust

„Wir freuen uns sehr, dass ein so bekanntes Unternehmen einen derart ambitionierten Schritt unternommen hat und dadurch eine starke Botschaft an die Industrie sendet. Wesentlich ist hierbei, dass es die eigene Charta von Ferrero ist, die sehr klare Aussagen dazu trifft, welche Werte Ferrero für seine Produkte will. Wenn Unternehmen ihre eigenen Richtlinien wirklich umsetzen und sie von niemandem abhängig sind, um diese Vision und die ehrgeizigen Ziele wahr werden zu lassen, dann handelt es sich um echtes Engagement. So wird das gesamte Umfeld ermutigt, innovativ zu sein und über neue Wege im Umgang mit zukünftigen Herausforderungen nachzudenken“.

Bastien Sachet, Direktor TFT

Greenpeace

„Die ‚No Deforestation‘-Verpflichtung... des italienischen Schokoladenherstellers Ferrero... um die Vernichtung von Wäldern und Menschenrechtsverletzungen aus ihren Lieferketten zu eliminieren, ist ein Vorbild für die gesamte Branche“, erklärte Greenpeace International bei der Generalversammlung des Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO).

Den vollständigen Artikel finden Sie unter folgendem Link:

theindependent.sg/blog/2013/11/15/palm-oil-players-take-steps-beyond-rspo-greenpeace/

Shea und Sal

Sowohl Shea- als auch Salbutter werden aus wild wachsenden Bäumen in Afrika bzw. Indien gewonnen. Sheabäume sind im subsaharischen Afrika heimisch, während Salbäume in den Wäldern des indischen Subkontinents zu finden sind. Diese Bäume wurden vor allem deshalb nie in Plantagen angepflanzt, weil sie erst nach 10 bis 15 Jahre Früchte tragen und den Höhepunkt ihrer Produktion erst nach etwa 20 – 30 Jahren erreichen. Deshalb sind sie auf ihre natürlichen Lebensräume beschränkt geblieben, wo sie für die umliegenden Gemeinschaften eine wichtige Nahrungs- und Einkommensquelle bilden und somit auch zur Entwicklung ländlicher Gebiete beitragen. Insbesondere das Einkommen aus dem Verkauf von Shea-Kernen an Exportfirmen ist für Frauen in Westafrika eine wichtige Einnahmequelle.

Außerdem sind diese Bäume aufgrund ihrer natürlichen Eigenschaften und der Tatsache, dass sie wenig Pflege und Aufwand benötigen, ideal für eine nachhaltige Bodennutzung. Die Ernte der Früchte stellt eine weitere Einnahmequelle für die Arbeiter dar. Die Früchte werden vor Ort für den Eigengebrauch oder den Handel getrocknet. In Europa verarbeiten die Lieferanten sie zu einer essbaren Butter, die der Kakaobutter ähnelt. Ferrero verwendet sie für einige seiner Rezepturen, um Textur und Cremigkeit der Produkte zu verbessern.

Ferrero Trading wurde 2011 vom Forstminister des indischen Staates Madhya Pradesh dafür geehrt, indirekt zur Verbesserung der Lebensverhältnisse von Volkstämmen beigetragen zu haben, da das Unternehmen sich verpflichtet hatte, in den Wäldern des Staates gewonnene Kleinprodukte wie etwa Salsamen zu kaufen.



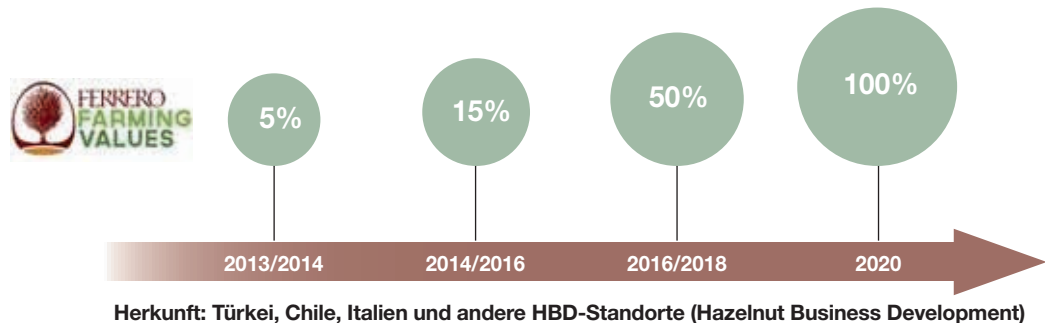
Haselnüsse

Haselnussbeschaffung



Ferrero bestätigt sein ehrgeiziges Ziel, bis 2020 100% der verwendeten Haselnüsse rückverfolgen zu können.

Zeitplan zur nachhaltigen Beschaffung von Haselnüssen



Wie zu Anfang dieses Kapitels beschrieben, wird das Ferrero Farming Values Programm (FFV) auch für Haselnüsse angewandt. Sein Fokus liegt auf der Verbesserung der landwirtschaftlichen Kenntnisse aller Bauern, die an der Ferrero-Lieferkette beteiligt sind. Dieser Ansatz basiert auf drei Pfeilern, die eine solide, konkrete Umsetzung gewährleisten.

Schwerpunkt des ersten Pfeilers ist „Zertifizierung/Standards“. Ferrero hat auf Basis der definierten FFV-Parameter für Haselnüsse einen Überprüfungsprozess eingerichtet. In das Projekt hat Ferrero von Anfang an **SCS Global Service** einbezogen, ein weltweit tätiges, führendes Zertifizierungsinstitut, um die Kennzahlen zu definieren, aus denen sich die Produktionskriterien zusammensetzen.

SCS hat das Modell in Zusammenarbeit mit lokalen Prüfern durch ein Dokument bestätigt, das erstellt wurde, um es auf den Feldern bei den Bauern nutzen zu können: die sogenannten FFV Control Points. Durch eine Vielzahl von Kontrollen während der Erntemonate (in der Türkei August und September)

schlossen die Auditoren die umfassende Prüfung der Ferrero-Lieferkette ab und definierten Stärken und Entwicklungsbereiche, aus denen sich wiederum die Ziele für das Ferrero Farming Value Programm 2014 ableiten.

Dank der Umsetzung einer Rückverfolgbarkeitsplattform in Zusammenarbeit mit GeoTraceability sind das kontinuierliche Monitoring der Situation und ein besseres Verständnis der Lieferkette möglich. Dieses Tool liefert Ferrero ein klares Bild über den Standort der einzelnen Pflanzungen, über die Produktion der Farmer, die Ferrero beliefern, sowie anstehende Probleme, um besser zu verstehen, welche technische Unterstützung erforderlich ist, um diese zu abzustellen. Ferrero hat ein Team aus Agraringenieuren gebildet, die den Bauern Unterstützung in den Haselnusserzeugungsregionen der Türkei bieten.



Kern des zweiten Pfeilers sind Einzelprojekte mit verschiedenen Partnern. So führte Ferrero in der Phase vor der Ernte eine Sensibilisierungskampagne für die Kinder in den ländlichen Gebieten durch, in denen Haselnüsse angebaut werden.

Zusammen mit der **türkischen NGO Hayata Destek** (Leben unterstützen) wurden Aktivitäten wie Rollenspiele, Singen und Spiele organisiert, um mit den Kindern über soziale Themen wie etwa dem Respekt gegenüber anderen, Lebens- und Arbeitsbedingungen und Diversität als Wert zu diskutieren. Dazu fuhren zwei eigens dafür ausgestattete Kleinbusse 84 Dörfer ab und legten insgesamt eine Strecke von 3.600 Kilometern zurück. Mehr als 6.800 Kinder nahmen an den Aktivitäten teil.

Diese Veranstaltungen wurden von den ländlichen Gemeinschaften sehr gut angenommen und haben sehr positive Reaktionen ausgelöst. Eine Vielzahl von Familien beteiligte sich mit großem Enthusiasmus, Mütter kamen zusammen mit ihren Kindern, und mehrere Vertreter von Dörfern und Städten fragten an, ob das Projekt 2014 wiederholt werden könne, was auch geplant ist.

Gleichzeitig führte Ferrero gemeinsam mit der türkischen Sozialkooperative Ankara Development Workshop eine Studie zu den Lebensbedingungen von



Saison-Wanderarbeitern im westlichen Teil der Schwarzmeerregion durch. Mit einer Stichprobe von 366 erfassten und befragten Teilnehmern waren die Studienergebnisse signifikant und lieferten einen genauen Überblick über die Situation, zusammen mit klaren Angaben zu den wichtigsten Punkten, um einen Aktionsplan zur Verbesserung der Situation formulieren zu können.



Der dritte Pfeiler ist das „institutionelle/gemeinsame Engagement“, das Ferrero durch den ständigen Dialog mit Institutionen der Länder, in denen das Unternehmen tätig ist, ausübt. In der Türkei beteiligt sich Ferrero im Rahmen des europäischen Süßwarenverbandes **Caobisco** als führender Finanzgeber einer öffentlich-privaten Partnerschaft mit der **International Labour Organization (ILO) Turkey** an einem Projekt zur Abschaffung der schlimmsten Formen von Kinderarbeit in der saisonalen kommerziellen Landwirtschaft bei der Haselnussernte. 2013 wurden durch dieses Projekt ermutigende Ergebnisse erzielt: 330 Wanderarbeiterfamilien konnten unterstützt werden. Das führte dazu, dass 252 Kinder nicht mehr oder von vornherein nicht auf den Feldern arbeiten mussten, da sie Zugang zu Bildungsmaßnahmen erhielten.

Außerdem erhielten die Familien vor Ort weitere praktische Unterstützung. Von den Eigentümern von Haselnusspflanzungen, die für dieses Thema sensibilisiert wurden, erhielten 104 von ihnen Einzelberatungen und Schulungen. Das Projekt erzeugte auf breiter Ebene Bewusstsein für die Arbeitssituation in der Türkei und in Europa. Der Film „Pikolo“, in dem dieses Projekt dargestellt wird, wurde bei großen internationalen Kooperationsveranstaltungen gezeigt und im nationalen Fernsehen ausgestrahlt.



Zucker



Die von Ferrero 2013 insgesamt gekaufte Zuckermenge besteht zu 25% aus raffiniertem Rohrzucker und zu 75% aus Rübenzucker. Für die Beschaffung dieses Rohstoffes nutzt das Beschaffungs- und Qualitätssicherungsteam von Ferrero vor allem in den Wachstumsmärkten ein Standardverfahren zur Auswahl neuer Lieferanten, das durch ein Auditing-System garantiert, dass der Rohstoff immer den hohen Qualitätskriterien der Gruppe entspricht.

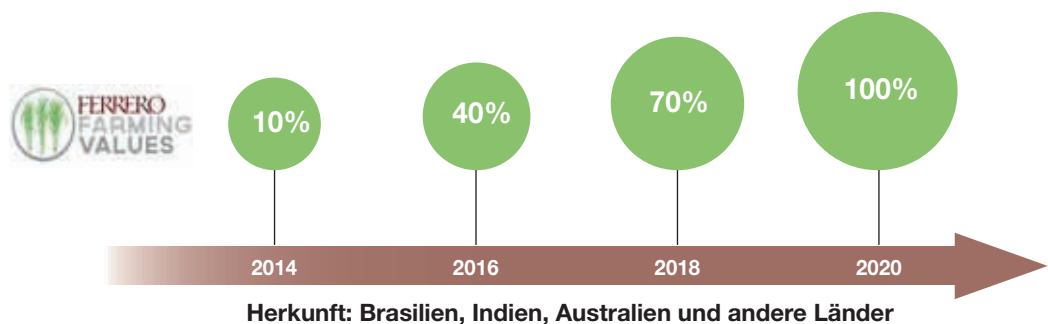
Wie in den früheren CSR-Berichten aufgeführt, stellt Ferrero die Beschaffung von GMO-freiem Zucker sicher. Der gekaufte Zucker ist daher zu 100% GMO-frei.

Im vergangenen Jahr haben wir einen Zeitplan bis 2020 für den Einkauf von raffiniertem Rohrzucker aus nachhaltigen Quellen aufgestellt, der in der untenstehenden Abbildung wiedergegeben ist. 2013 hat Ferrero 5.000 Bonsucro-Nachhaltigkeitszertifikate in Australien gekauft – ein erster Schritt, um bis Ende 2014 die 10%-Marke zu erreichen. Bonsucro ist eine globale Non-profit Organisation, die sich für eine umweltfreundliche und sozialverträgliche Zuckerrohrproduktion stark macht.

Durch die Einnahmen aus dem Verkauf von Bonsucro-Nachhaltigkeitszertifikaten erhält die Anbaugemeinschaft zusätzliche Geldmittel für Investitionen zur Verbesserung der landwirtschaftlichen Praktiken. Diese Investitionen können beispielsweise für Wassersparmaßnahmen oder für Methoden eines integrierten Pflanzenschutzes verwendet werden, um nachhaltige Praktiken zu stärken, durch die die Nachhaltigkeitszertifikate überhaupt erst generiert wurden.

Die Gruppe sucht aktiv und prüft andere nachhaltige Quellen, die zum Erreichen des wichtigen Zieles beitragen können, 100% nachhaltigen Rohrzucker zu erhalten.

Zeitplan für die Beschaffung von nachhaltigem Rohrzucker





Eier

Ferrero hat ein freiwilliges internes Programm gestartet, um Eier nachhaltiger zu beschaffen. Im Rahmen dieses Programms ist geplant, **Eier zu beschaffen, die aus Bodenhaltung stammen**. Für alle Werke in der EU gilt folgender Zeitplan:

Zeitplan für die Beschaffung von Eiern aus Bodenhaltung



Ferrero ist stolz, bestätigen zu können, in diesem Berichtsjahr den angestrebten Prozentsatz von 60% bereits im September 2013 erreicht zu haben. Dank des Engagements und der Kooperation aller Lieferanten bezieht die Gruppe **inzwischen 70% der Gesamteiermenge aus Bodenhaltung**. Ferrero ist weiterhin zuversichtlich, das definierte Ziel bis September 2014 zu erreichen. Mit der Einrichtung von zwei neuen Produktionsstätten in der Türkei und Mexiko im Jahr 2013 entwickelt Ferrero dieselbe Strategie auch für diese Gebiete, in denen Eier aus Bodenhaltung nicht ohne weiteres zur Verfügung stehen. Der Eierverbrauch dieser Werke macht etwa 5% des Gesamtverbrauchs von Ferrero aus. Auch wenn es sich hier um eine geringe Menge handelt, führt Ferrero den Dialog mit Lieferanten in diesen Ländern, um eine Möglichkeit zu finden, einen Prozentsatz von 100% Eiern aus Bodenhaltung zu erreichen, und zwar nicht nur in Europa, sondern soweit wie möglich auch im Rest der Welt.





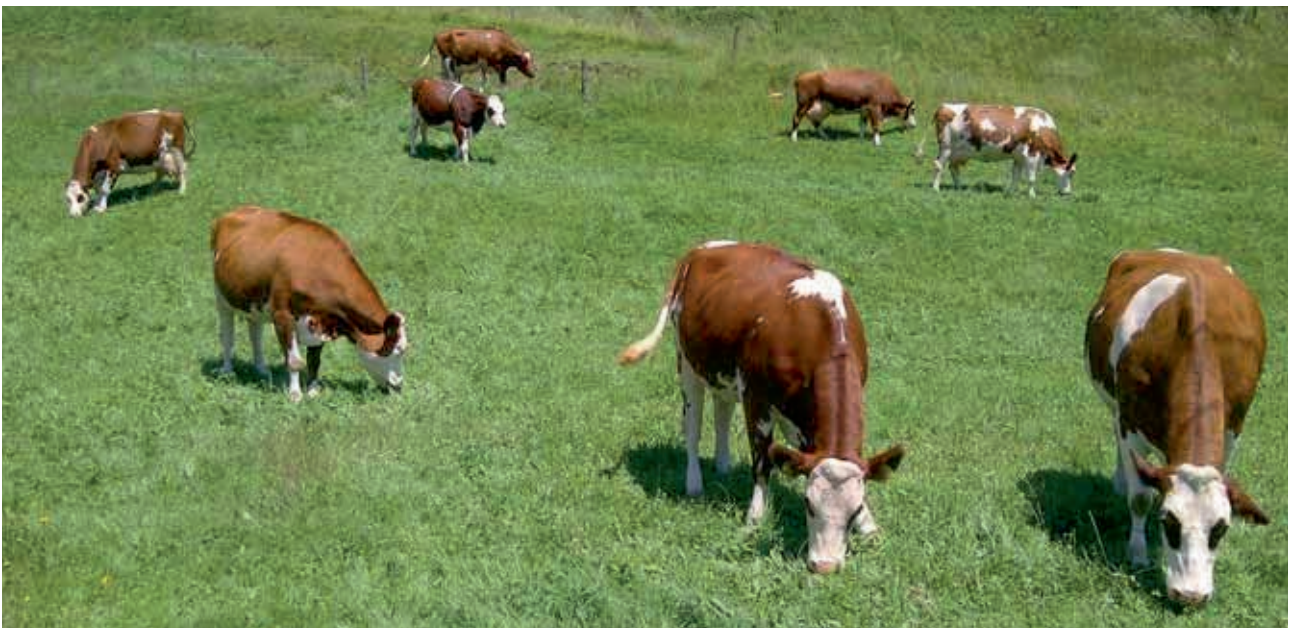
Milch

Mit der Zeit hat Ferrero in den lokalen Milchregionen kontinuierlich langfristige Beziehungen zu sorgfältig ausgewählten Lieferanten aufgebaut und gepflegt. So war eine beiderseitige Kooperation mit dem Ziel möglich, Frische und Qualität der Milch sicherzustellen und zu verbessern. Dabei gelten für alle Milchlieferanten² von Ferrero weltweit dieselben Standards.

Ferrero nutzt diese Beziehungen weiterhin für den Ausbau seiner „kurzen und kontrollierten Lieferketten“. Besonderes Augenmerk gilt dabei den Nachhaltigkeitsaktivitäten der Lieferanten.

Ferrero hält sich nicht nur streng an die verbindlichen nationalen Vorschriften zur Produktion von Rohmilch und Milchprodukten, sondern fordert auch seine Lieferanten kontinuierlich dazu auf, Best Practices anzuwenden. Die rechtlichen Vorschriften zum Thema Milch, die normalerweise die für die Milchqualität wichtigen Parameter (z.B. das Nichtvorhandensein von Antibiotika) sowie die Klassifizierung und Zusammensetzung von Milch betreffen, können von Land zu Land variieren. Die hohen Milchbeschaffungsstandards von Ferrero gelten jedoch weltweit, unabhängig davon, wie der nationale rechtliche Rahmen aussieht.

Ferrero bezieht die Milch direkt von den Partnermolkereibetrieben, die das Unternehmen nach eigenen, strengen Standards auswählt, um Frische, Geschmack und Sicherheit gleichzeitig zu garantieren. Die Milch wird innerhalb von 24 Stunden pasteurisiert und gegebenenfalls innerhalb von 48 Stunden nach Abholung getrocknet, und dann an die Ferrero-Werke geliefert.



² Wenn Ferrero von Milchlieferanten spricht, bezieht es sich auf Unternehmen, die verarbeitete Milchprodukte liefern.

Mithilfe der „kurzen und kontrollierten Lieferkette“ ist Ferrero in der Lage, ein effizientes Rückverfolgbarkeitssystem zu schaffen, das über die geltenden Vorschriften hinausgeht (darunter die 100%ige Rückverfolgbarkeit bis zum landwirtschaftlichen Betrieb), um den gesamten Weg des Rohstoffes vom Bauernhof bis hin zum Endprodukt klarer darzustellen.

Außerdem ist die Gruppe durch häufigere und gründlichere Lieferantenprüfungen, die alle Qualitätsparameter einbeziehen, besser in der Lage, Milch bis zu ihrem Ursprung zurückzuverfolgen.

Das beste Beispiel für eine solche Vorgehensweise bei Ferrero ist das „Milk Supply Chain Partnership Project“ mit zwei großen Milch-Lieferanten, nämlich Inalpi (Italien) und Mittelalbe (Deutschland), bei denen vollständige Transparenz bei den gelieferten Produkten erreicht wurde.

Milk Supply Chain Partnership Project



Ziel des „Milk Supply Chain Partnership Project“ für den Zeitraum 2013-2015 ist es, durch Partnerschaften mit Lieferanten geeignete Maßnahmen zu entwickeln und zu konsolidieren, um beim Kauf von 30.000 Tonnen Milch die im Ferrero-Protokoll definierten Standards in den drei Bereichen einzuhalten, die charakteristisch für die Lieferkette sind:

„Kurz“: unter Nutzung der Daten zur Rückverfolgung über einen dokumentierten Prozess, einschließlich der Entfernung zwischen den beteiligten Stellen, mit einem Dokumentationsprogramm für die landwirtschaftlichen Betriebe.

„Kontrolliert“: durch die „Ferrero-Qualitätsstandards“ für chemische und mikrobiologische Grenzwerte.

„Nachhaltig“: Überwachung von Kennzahlen zum Tierschutz und ökologischer Nachhaltigkeit. Die Kennzahlen zum Tierschutz, die Ferrero durch das Überwachungssystem umsetzen will, beziehen sich auf folgende Kategorien: Futter, Betriebsstruktur, Tiergesundheit und Tierverhalten.

Am Ende des Berichtsjahres startete Ferrero sein „Milk Quality Project“ (MQP), mit dem Ziel, Geschmack und Qualität seiner Milch ständig zu verbessern. Dazu werden im Rahmen des Projektes bei den Lieferanten Daten zu landwirtschaftlichen Praktiken, Ressourcenmanagement und Tierschutz erhoben.

Möglich wurde dies durch verbesserte interne Kontrollverfahren. Mithilfe des MQP-Überwachungsverfahrens wird ermöglicht, dass Ferrero größere Mengen von Milchprodukten von solchen Lieferanten kauft, die sich stark für Nachhaltigkeit engagieren bzw. ihre Ware von Molkereien beziehen, die bereits ein Nachhaltigkeitsprogramm mit Schwerpunkt Tierschutz umgesetzt haben.

Die landwirtschaftlichen Betriebe von Ferrero für den Haselnussanbau

Die Ferrero-Gruppe ist einer der größten Haselnussverwender weltweit. Um der wachsenden Nachfrage gerecht zu werden, unsere Führungsposition auf dem weltweiten Haselnussmarkt auszubauen und mittelfristig die hohe Qualität in der Haselnussbeschaffung sicherzustellen, verfolgt Ferrero eine Strategie zur Entwicklung neuer Produktionschancen. Diese Initiative trägt den Namen Hazelnut Business Development – HBD.

Wichtigstes Ziel des HBD ist es, lokalen Behörden, internationalen Finanzinstituten und privaten Akteuren ein zuverlässiger Partner zu sein, um gemeinsam Haselnussprojekte mit langfristiger Perspektive zu initiieren, weiterzuentwickeln und durchzuführen.



HBD besteht aus verschiedenen nationalen landwirtschaftlichen Betrieben, die sich in drei große Gruppen unterteilen lassen:

- **Pilotfarmen**, die von HBD gekauft wurden und direkt von HBD geleitet werden. Sie haben drei Funktionsschwerpunkte:
 1. Versuchsdurchführung: um die Anpassungsfähigkeit der verschiedenen Haselnussorten an die Boden- und Klimabedingungen vor Ort festzustellen und verschiedene landwirtschaftliche Techniken zu testen.
 2. Vorführung: um lokale Akteure zum Haselnussanbau zu ermutigen.

3. Produktivität: um einen wesentlichen Teil der Haselnussernte für Ferrero sicherzustellen und gleichzeitig den Verkauf zu Marktpreisen zu ermöglichen.

- **Baumschule:** Hier werden Setzlinge verschiedener Haselnussorten gepflanzt, die in den Pflanzenzuchtstationen von Ferrero/HBD aufgezogen und dann zu einem fairen Preis³ an lokale Landwirte verkauft werden. Neben dem Verkauf dieser Setzlinge bietet Ferrero den Bauern außerdem technische Unterstützung bei der Pflege ihrer Pflanzungen.
- **Forschung und Schulung:** HBD kooperiert bei verschiedenen Themen im Zusammenhang mit der technischen Handhabung der Haselnussplantagen mit nationalen und internationalen Forschungseinrichtungen. Außerdem gibt es Schulungen und Informationsveranstaltungen für Bauern als Bestandteil internationaler Projekte sowie in Zusammenarbeit mit lokalen Fortbildungseinrichtungen.



³Der die direkten Kosten sowie die Standard-Strukturkosten abdeckt.

Die landwirtschaftlichen Betriebe von Ferrero für den Haselnussanbau befinden sich in folgenden Ländern:

- Chile (seit 1991)
- Argentinien (seit 1994)
- Georgien (seit 2007)
- Südafrika (seit 2009)
- Australien (seit 2011)

Zum 31. August 2013 beschäftigen die landwirtschaftlichen Betriebe von Ferrero für den Haselnussanbau 1.082 Personen, außerdem 90 externe Mitarbeiter⁴. Insgesamt ergibt sich somit eine Mitarbeiterzahl von 1.172.



Ferrero investiert in solche landwirtschaftlichen Betriebe, um Haselnüsse zur Verfügung zu haben, die

- weltweit von ausgezeichneter Qualität und bester Frische sind;
- auch dann zur Verfügung stehen, wenn in der nördlichen Hemisphäre keine frischen Haselnüsse geerntet werden können.

Da für Ferrero-Produkte weder Aroma- noch Konservierungsstoffe verwendet werden, war es schon immer eine Priorität der Ferrero-Gruppe, ganzjährig über landwirtschaftliche Rohstoffe ausgezeichneter Qualität zu verfügen.

Im Geschäftsjahr 2012/13 wurde der Anbau von Haselnüssen in den landwirtschaftlichen Produktionsstätten von Ferrero weltweit weiter ausgebaut. Vor allem in den Betrieben in Georgien und Südafrika wurden die Anbauflächen gemäß dem Expansionsplan deutlich erweitert, während im jüngsten Betrieb Australien die Einrichtung der Pflanzenaufzuchtanlage abgeschlossen und mit der Vorbereitung für die Auspflanzung der Setzlinge begonnen wurde.

⁴Vor allem Mitarbeiter mit Zeitverträgen und in anderen direkten Beschäftigungsverhältnissen, ohne Dienstleistungsverträge

Die bisherige Haselnusserntemenge entspricht den Prognosen, wobei die allgemeine Qualität der Haselnüsse aus den HBD-Betrieben erheblich über dem Marktstandard liegt.

Mit einem Anteil von mehr als 50% an der Gesamtmenge sind die Lieferungen der externen lokalen Erzeuger relevant, die sich entschieden haben, das Ferrero-Modell anzuwenden. Die von diesen Bauern erzeugten Haselnüsse wurden durch von Ferrero unterstützten Erzeugerverbände oder direkt durch die Gruppe gekauft.



Erhebliche Anstrengungen wurden für die Ferrero-Betriebe auf der südlichen Hemisphäre (Chile, Argentinien, Südafrika und Australien) unternommen, die von strategischer Bedeutung für die Haselnussbeschaffung sind, da so auch dann frische Haselnüsse zur Verfügung stehen, wenn auf der nördlichen Hemisphäre keine Erntezeit ist.

Da die Jahreszeiten auf der südlichen Hemisphäre denen auf der nördlichen Halbkugel genau entgegengesetzt sind, werden von März bis Mai frische Haselnüsse geerntet, die Ferrero dann für die Produktion nach der Sommerpause zur Verfügung stehen.

Allgemein lässt sich sagen, dass die auf der südlichen Halbkugel geernteten Haselnüsse die Ferrero-Produktionsstätten zwischen August und September erreichen und somit die Verwendung von Nüssen mit sehr guten sensorischen Eigenschaften genau dann sichergestellt ist, wenn in der nördlichen Hemisphäre (aus der noch immer die größten Mengen stammen) die Ernte hochwertiger Produkte allmählich dem Ende zugeht.

Die Kultivierung der Pflanzen in der südlichen Hemisphäre hat gezeigt, dass sich die Pflanzen perfekt an die unterschiedlichen Regionen und Klimazonen angepasst haben, und die Produktion pro Hektar ist genauso hoch wie in der nördlichen Hemisphäre, in einigen Fällen sogar höher.

Die im Vergleich zu ähnlichen Produkten höhere Rentabilität von Haselnüssen bewirkt, dass sich auch immer mehr südamerikanische, afrikanische und australische Bauern für ihren Anbau interessieren.

Auszug aus einem Artikel von Arduino Borgogno, Direktor Einkauf bei Ferrero, veröffentlicht im Rahmen von **Climate Change: The New Economy, G7 Edition**, im Juni 2014 unter dem Titel **“Sustainability in a Nutshell – Ferrero’s Afforestation of Western Georgia”**.



„Als führendes Unternehmen der Haselnussbranche will die Ferrero-Gruppe durch ein Projekt namens „Afforestation with Hazelnut Plantations in Western Georgia“ (HAP), bei dem es um Aufforstung durch Haselnusspflanzungen geht, ein nachhaltiges Landwirtschaftssystem testen und verbreiten. Im Ergebnis wurden Best Practice-Erfahrungen und Kenntnisse gewonnen, die innerhalb der Branche und auch darüber hinaus übertragen und genutzt werden können. In Übereinstimmung mit ihrer CSR-Strategie hat die Gruppe damit also ihren Platz in der Gesellschaft bereitwillig angenommen und ist ihrer Rolle gerecht geworden, die globale Entwicklung mit voranzutreiben. Das Projekt in Georgien hat der Region bereits in erheblichem Maße geholfen, insbesondere im Hinblick auf Lebensmittelsicherung, Wirtschaftschancen und Klimaveränderungen...

...Das HAP-Projekt bindet Kohlenstoff auf bisher brachliegenden Flächen einer armen, ländlichen Gegend in der Nähe der Schwarzmeerküste. Es stoppt einerseits den voranschreitenden Verfall des Erdbodens durch Verbesserung seiner natürlichen Ressourcen und bietet darüber hinaus den lokalen Gemeinschaften gleichzeitig dringend erforderliche nachhaltige, langfristige Einkommenschancen. Außerdem setzt es so einen langfristigen Impuls zur Expansion und Konsolidierung der wichtigsten kommerziellen Nutzpflanze in Georgien. Das wiederum ermöglicht den Ankauf unterschiedlicher Pflanzen und Lebensmittelprodukte und sorgt damit für eine abwechslungsreichere Ernährung. Indem die Böden dauerhaft mit Bäumen bepflanzt werden, schafft HAP durch Emissionsrechte zusätzliche Einnahmequellen, was erhebliche Chancen für Erhalt und Verbesserung der Umwelt bietet, um damit wiederum die wirtschaftlichen Chancen zu verbessern. Agrigeorgia ist in Samegrelo aktiv, einer der ländlichsten Gegenden Georgiens. Agrigeorgia ist das erste Gold-Standard zertifizierte Unternehmen, inklusive einer unabhängigen Bestätigung durch den TÜV Süd.

...Zusätzlich zum Emissionsrechte-Projekt spiegelt sich die langfristige Vision von Agrigeorgia auch in vielfältigen Aktivitäten für eine nachhaltige Entwicklung wieder. Im Rahmen eines neuen, gemeinsam mit USAID eingerichteten Schulungsprogramms wurden 2.500 Bauern umfassend zu nachhaltigem Haselnussanbau geschult, um qualitativ hochwertige Haselnüsse produzieren zu können. Außerdem ist Agrigeorgia einer der Gründer und Förderer der Hazelnut Grower’s Association, die als technische Plattform für die lokale Landwirtschaft dienen soll, um Haselnussplantagen höchster Qualität aufzubauen, zu betreiben und weiterzuentwickeln...



The Gold Standard® testifies that

Project Name: **Afforestation with Hazelnut Plantations in Western Georgia**

Project ID: **GE-HAP**

Country: **Georgia**

has successfully certified **760'761** CO2-certificates in accordance with The Gold Standard A/R Requirements and the CarbonFix Transition Guidelines.

The project was approved by the Technical Advisory Committee on **19th December 2013**

Yours Sincerely

Adrian Rimmer CEO

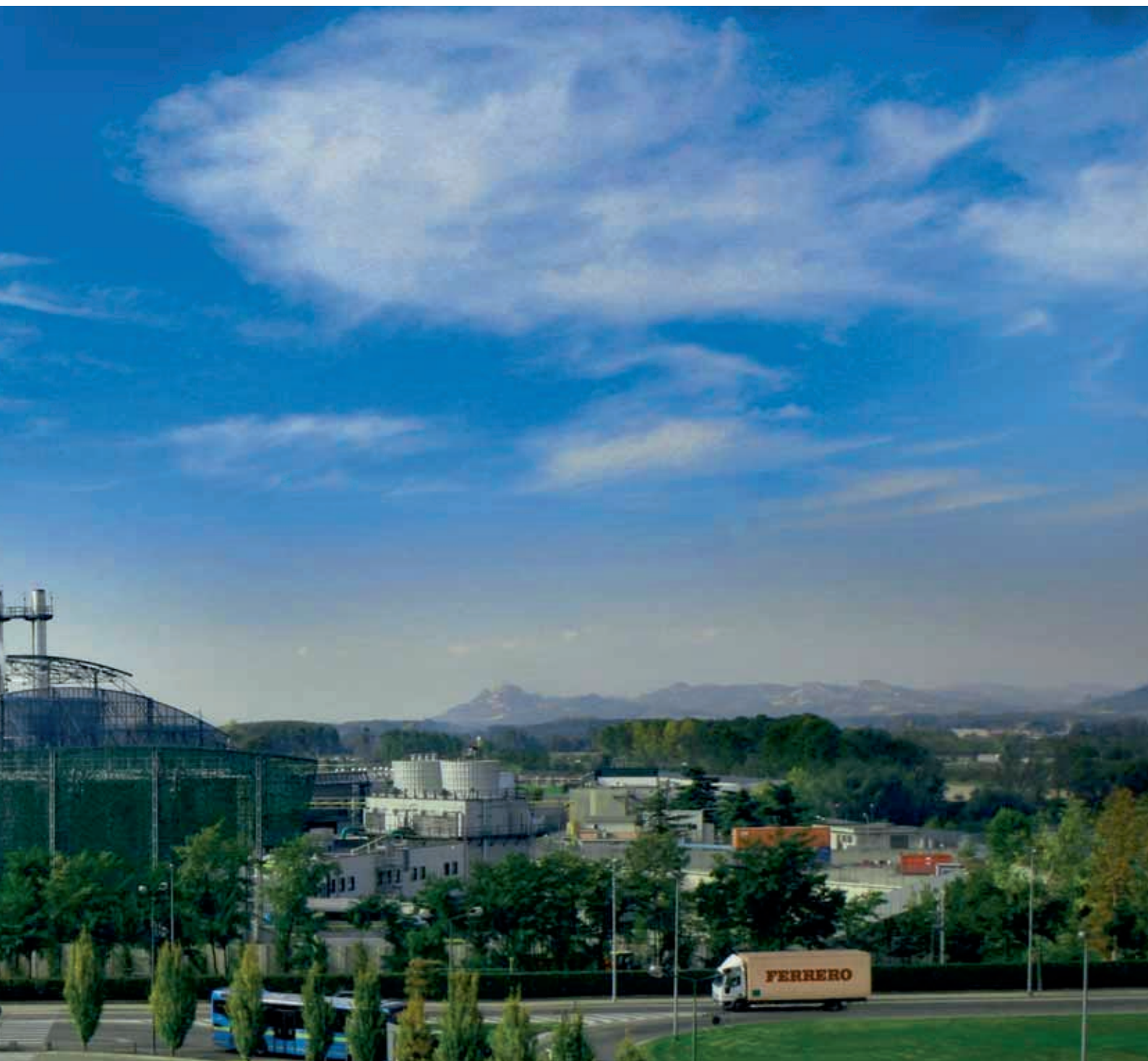


The Gold Standard Foundation
Avenue Louis-Casal 79, CH 1216, Genève-Cointrin, Genève
www.cdmgoldstandard.org, +41 22 788 70 80, info@cdmgoldstandard.org

Durch das *Projekt Afforestation with Hazelnut Plantations in Western Georgia* erhielt Agrigeorgia 2013 die Zertifizierung für 760.761 Emissionsrechte. Aufgrund dieses Ergebnisses erhielt das von Agrigeorgia durchgeführte HAP-Projekt die Gold-Standard-Zertifizierung.



Minimierung der Umweltauswirkungen



Minimierung der Umweltauswirkungen

Die Ferrero-Gruppe ist sich bewusst, dass noch viele Schritte getan werden müssen, um die immer ehrgeizigeren Ziele zu erreichen. Daher hat das Unternehmen den Fachbereich „Produktnachhaltigkeit“ geschaffen, der ein Nachhaltigkeitsprogramm für den Produktbereich aufsetzen und die Übereinstimmung mit den strategischen Plänen sicherstellen soll. Ziel ist, Innovationen zu fördern und internes Wissen zu erlangen und zu verbreiten, da dies für eine **wirkungsvolle Umweltpolitik** von grundlegender Bedeutung ist.

Das Programm, mit dem die Ferrero-Gruppe dieser Herausforderung begegnen will, ist in acht strategische Bereiche¹ unterteilt, die die gesamte Wertschöpfungskette abdecken. Angesichts der Komplexität des Themas wird das Programm ständig an aktuelle Gegebenheiten angepasst werden, um wirtschaftliche, soziale und ökologische Faktoren sowie die unterschiedlichen Bedürfnisse der einzelnen Bereiche miteinander zu vereinbaren. In der Tat genügt es nicht, die einzelnen Faktoren isoliert zu betrachten, vielmehr ist eine ganzheitliche Sichtweise erforderlich².

Folgende Ergebnisse* konnten von Januar 2009 bis August 2013 durch das Programm für ökologische Nachhaltigkeit der Ferrero-Gruppe erzielt werden*:

Gesamteinsparungen elektrische Energie	186 655 MWh
Gesamteinsparungen thermische Energie	268 858 MWh
Gesamteinsparungen Wasser	4 400 090 m ³
CO ² -Einsparungen durch Energiepolitik	489 183 t

2012/2013 wurden durch das Programm für ökologische Nachhaltigkeit der Ferrero-Gruppe folgende Ergebnisse erzielt:

Verwendung von Verpackungsmaterialien aus erneuerbaren Energiequellen	34%
ISO-14001-zertifizierte Produktion	91%
Der Rückgewinnung zugeführter Abfall	92,2%

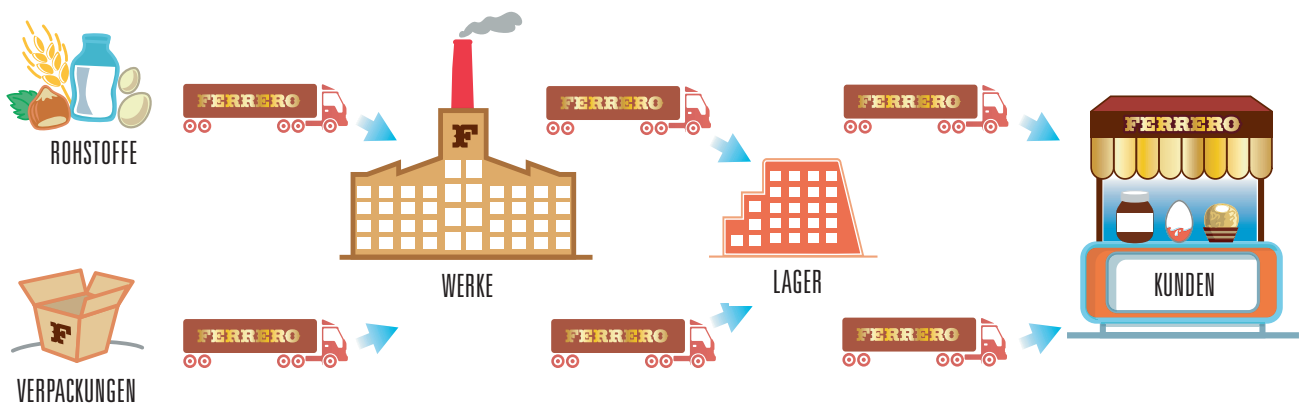
* Die Ergebnisse wurden auf Basis der Daten aus dem Jahr 2009 berechnet und beziehen sich auf die 15 Werke, die in diesem Kapitel behandelt werden sowie auf die Tee-Konfektionäre.

¹ Rohstoffe, Verpackungen, Produktion, Energie, Logistik, technische Investitionen, Spielzeug-Überraschungen, Produktion der Imprese Sociali Ferrero

² Nähere Informationen zu den wichtigsten Bereichen finden sich auf den folgenden Seiten dieses Kapitels sowie im Kapitel „Nachhaltige landwirtschaftliche Praktiken“.

Voraussetzung für die Entwicklung einer Nachhaltigkeitspolitik für die Produkte ist ein grundlegendes Bewusstsein für die Interaktionen mit dem Ökosystem während der gesamten Produktlebensdauer, von den Rohstoffen bis zum Ende seiner Lebensdauer. Hier verwendet Ferrero seit Jahren das Life Cycle Assessment, ein wissenschaftlich und international anerkanntes Tool, das strategische Entscheidungen so objektiv wie möglich unterstützt und das hilfreich für die Identifizierung von Problembereichen in der Produktwertschöpfungskette ist.

Das folgende Diagramm zeigt in vereinfachter Form die Phasen im Lebenszyklus eines Ferrero-Produktes und hebt dabei die Bereiche hervor, die bisher für die Messung der Umweltauswirkungen herangezogen werden (weitere Details hierzu finden sich in diesem Kapitel³).



Im Hinblick auf eine kontinuierliche Verbesserung erstellt Ferrero derzeit gemäß der neuen Richtlinie GRI-G4 eine Roadmap, um die Analyse-Parameter der Gruppe neu zu definieren. So läuft derzeit beispielsweise bereits ein Projekt zur Ausdehnung des Systems zur Erfassung von Umweltdaten in den neuen Werken in Mexiko und der Türkei sowie bei der Impresa Sociale Indien.

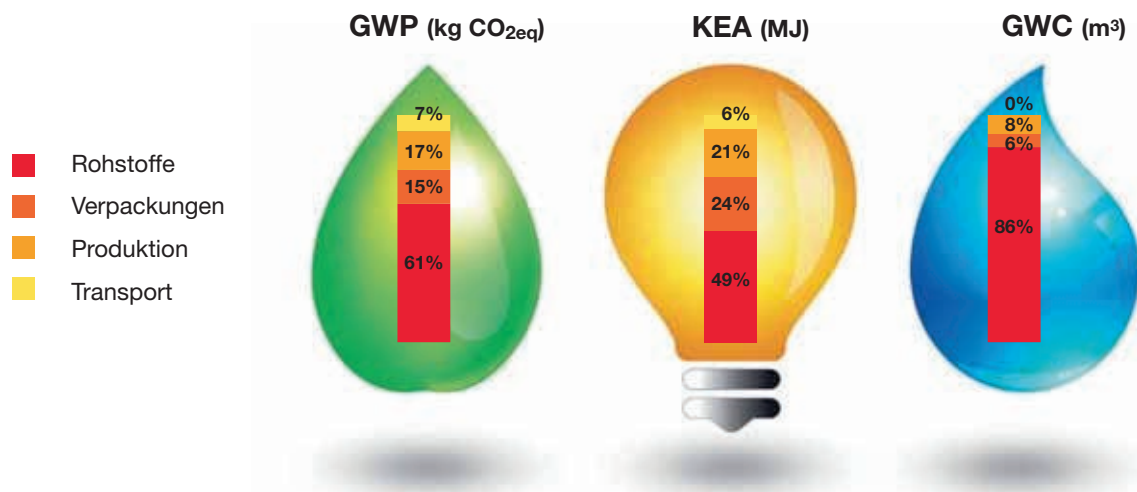
³ In diesem Kapitel werden folgende Themen behandelt: Rohstoffe, Verpackungen, die 15 Produktionsstandorte in Europa, Amerika und Ozeanien (eine vollständige Liste der Werke findet sich unter „Ferrero weltweit“), direkt betreute Rohstoff-, Verpackungs- und Fertigproduktlager, direkt von der Logistik der Ferrero-Gruppe betreute Transporte, Spielzeug-Überraschungen.

Die Ökobilanz der Ferrero-Gruppe

Um die Umweltwirkung über den gesamten Lebenszyklus hinweg zu messen, hat Ferrero drei relevante Kennzahlen für die sensibelsten Bereiche aufgestellt:

- **Treibhauspotenzial (Global Warming Potential/ GWP):** durch die Emission direkter oder indirekter Treibhausgase⁴ hervorgerufenen Erderwärmungspotenzial.
- **Kumulierter Energieaufwand (KEA):** Gesamtenergie, die zur Herstellung des Produktes benötigt wird.
- **Globaler Wasserverbrauch (Global Water Challenge/ GWC):** direkter und indirekter Wasserverbrauch.

Die folgende Abbildung zeigt, welchen Anteil die einzelnen Bereiche der Wertschöpfungskette an diesen Kennzahlen haben:



Die Analyse umfasste die 15 in diesem Kapitel behandelten Werke der Ferrero-Gruppe, die internen Lager sowie die von Ferrero direkt betreuten Transporte. Mit Transporten sind in diesem Fall Transporte von landwirtschaftlichen Rohstoffen und Verpackungsmaterialien von den Lieferanten zu den Ferrero-Werken sowie der Transport von Fertigprodukten von den Ferrero-Werken zu den Kunden gemeint.

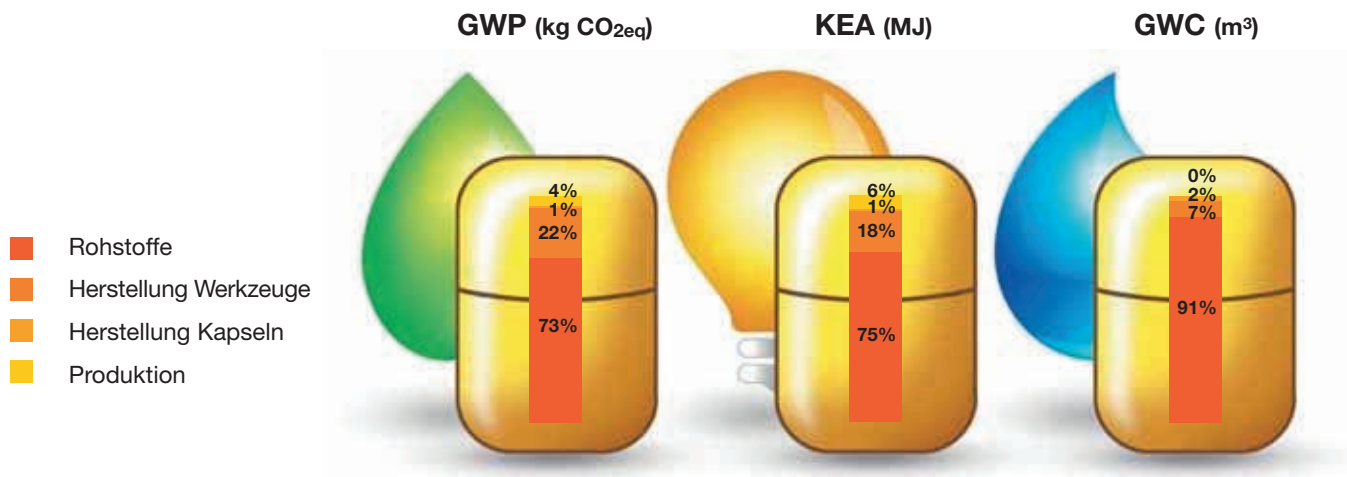
Wie anhand der drei Kennzahlen illustriert, treten die erheblichsten Auswirkungen bei der Produktion der Rohstoffe auf (landwirtschaftliche Rohstoffe und Verpackungen). Daher hat sich die Ferrero-Gruppe im Hinblick auf Rückverfolgbarkeit und Nachhaltigkeit der Beschaffungsketten für landwirtschaftliche Rohstoffe (Kakao, Kaffee, Milch, Haselnüsse, Palmöl, Rohrzucker) sowie für Papier und Karton – einem der für Verpackungen am häufigsten verwendeten Materialien und das einzige, das im Hinblick auf die Nachhaltigkeit zertifizierbar ist⁵ – herausfordernde Ziele gesetzt.

Wie auch im vergangenen Jahr wurde die Umweltleistung der Ferrero-Spielzeuge (also der „Überraschungen“) aktualisiert, die einige Kinder®-Marken enthalten (Kinder® Joy/ Merendero, Kinder® Überraschung und Kinder® GranSorpresa).

⁴ GWP über 100 Jahre, ausgedrückt als CO₂-Äquivalenz

⁵ Nähere Informationen finden Sie im Kapitel „Nachhaltige landwirtschaftliche Praktiken“ und im Absatz „Unsere Verpackungen“ in diesem Kapitel.

Diese Werte beziehen sich auf das Geschäftsjahr 2011/2012⁶ und umfassen den Lebenszyklus der Überraschungen von der Produktion der Rohstoffe und der Werkzeuge bis hin zum Ausformen und Transport.



Auch bei den Ferrero-Spielzeugen arbeitet die Gruppe an einer intensiveren Datenerhebung, um in näherer Zukunft herausfordernde Nachhaltigkeitsziele aufstellen zu können.

Außerdem analysiert die Ferrero-Gruppe auch die Ökobilanz ihrer wichtigsten Marken. Dazu wurde 2012/2013 ein Pilotprojekt gestartet, um eine interne Methode zur Definition eines speziellen **Nachhaltigkeitsplans** für die einzelnen Produktkategorien zu erstellen.

Gleichzeitig beteiligte sich die Ferrero-Gruppe am ENVIFOOD-PROTOCOL-Test, um zur Umsetzung einer europäischen Methodologie zur Durchführung von Analysen der Umweltauswirkungen von Lebensmittelprodukten und Getränken beizutragen.

Der Test wurde Mitte Oktober 2013 abgeschlossen und erlaubte die Identifikation von Verbesserungen in der Anwendung der Methodologie; er zeigte Besonderheiten der „Food & Drink“-Branche sowie Beziehungen zur PEF-Methodologie (Product Environmental Footprint) auf, die von der Europäischen Kommission entwickelt wurde, um potentielle Umweltauswirkungen im Lebenszyklus eines Produktes zu messen und zu kommunizieren. Die Ergebnisse wurden Anfang 2014 beim **Food SCP Round Table Workshop** besprochen, einem Treffen unter Beteiligung von Branchenverbänden, Privatunternehmen und der Europäischen Kommission.

⁶ Bezugszeitraum für die Herstellung von Spielzeugen ist das Produktionsjahr 2011/2012, das dem Verkaufsjahr 2012/2013 entspricht; somit ist die Kohärenz mit den in diesem Kapitel dargestellten Daten gewährleistet.
Die zusammengefassten Daten wurden gegenüber den vorhergehenden CSR-Berichten aktualisiert, um die Auswirkungen besser darstellen zu können.

Klimaveränderung und landwirtschaftliche Aktivitäten

Klimaveränderungen sind allgemein als einer der Faktoren anerkannt, die landwirtschaftliche Aktivitäten am stärksten und auf verschiedenen Ebenen beeinflussen können. Insbesondere die Landwirtschaft in den Tropen ist sehr anfällig für klimatische Veränderungen, da diese häufig zu ungünstigen Wetterphänomenen auf lokaler Ebene führen. Als Unternehmen des Süßwarenssektors verwendet Ferrero für seine Produkte notwendigerweise Rohstoffe, die vorwiegend aus tropischen Zonen stammen. Hier führen extreme Klimaereignisse zunehmend zu erhöhten Risiken bei der Beschaffung, beispielsweise zu plötzlichen Preiserhöhungen oder einer Instabilität der verfügbaren Mengen, die dann häufig auch von schlechterer Qualität sind. Dadurch entsteht eine Dynamik mit langfristig sehr negativen Auswirkungen: ländliche Gebiete werden verlassen – das heißt, das „Humankapital“ wandert ab, Dienstleistungen und Infrastruktur gehen verloren und die Komplexität der Beschaffungskette nimmt zu. Verstärkte wirtschaftliche Anstrengungen zur Sicherstellung von Rohstoffen hoher Qualität, wie sie typisch für das Geschäftsmodell von Ferrero sind, führen zu einem höheren finanziellen Risiko, dem die Gruppe durch entsprechende Programme sowie durch die Zusammenarbeit mit den Erzeugern in den Herkunftsländern begegnet. Weitere Details zu den Programmen der Ferrero-Gruppen finden Sie im Kapitel „Nachhaltige landwirtschaftliche Praktiken“.

Die Umweltleistung der Werke von Ferrero

Der Verbesserung der Umweltleistung der Werke gilt eine kontinuierlich wachsende Aufmerksamkeit. In den letzten fünf Jahren waren die Anstrengungen vor allem auf die Einsparung der Ressourcen Strom und Wasser gerichtet; hier wurden die entsprechenden Ziele früher erreicht als geplant, also vor 2020.

Im Fünfjahreszeitraum wurden in diesen Bereichen folgende Einsparungen erzielt:

- **186.655 MWh elektrische Energie (dies entspricht dem Jahresverbrauch von 35.000 60-Watt-Glühbirnen);**
- **268.858 MWh thermische Energie (dies entspricht der Wassermenge, die bei 150 Millionen heißen Duschen verbraucht wird);**
- **4.400.090 m³ Wasser (dies entspricht dem Inhalt 1.760 olympischer Schwimmbecken).**



Beim Abfall wurde auf Trennung und Rückgewinnung geachtet; hier stieg der Prozentsatz um 3,8%, von 88,4% im Jahr 2009 auf 92,2% im GJ 2012/2013. Dieses Kapitel behandelt 15 Werke in Europa, Amerika und Ozeanien.

Im Geschäftsjahr 2012/2013 hatten elf Werke ein nach ISO 14001 zertifiziertes Umweltmanagementsystem, damit sind etwa 90% der Produktion der hier behandelten Werke abgedeckt.

Gleichzeitig erfolgte der Übergang zur Gruppensertifizierung, deren erster Zyklus durch eine einzige, akkreditierte externe Einrichtung⁷ durchgeführt wurde; seit Juni 2013 besitzt die Ferrero-Gruppe eine **ISO-14001-Multisite-Zertifizierung**, also ein einziges Zertifikat für elf Werke, die zuvor über lokale Zertifikate mit unterschiedlichen Akkreditierungen verfügten. Seit Ende 2013 hat auch das Werk Quito in Ecuador diese Multisite-Zertifizierung. Bis Ende 2017 werden auch die anderen drei noch nicht zertifizierten Werke diese Zertifizierung erhalten, das gesetzte Ziel wird somit erreicht.

Die Gruppe verfügt über Umweltrichtlinien in Form eines Handbuchs mit Verfahrensweisen (die falls erforderlich aktualisiert werden) und einen gemeinsamen Standpunkt in Bezug auf Energiemanagement, Wasserkreislauf, Abfälle, Luftemissionen und Prävention von Bodenkontamination sowie zu den Umweltzielen der Ferrero-Standorte.

Das Projekt zur Förderung von Kommunikation, Integration sowie des Austauschs von Know-how und Best Practices innerhalb der Ferrero-Gruppe wird fortgeführt. Im Folgenden werden nun die Entwicklungen des vergangenen Jahres dargestellt.

Im Rahmen des Programms **PIXA (Program of Internal eXchange of Auditors)** kann technisches Personal an Umweltaudits anderer Produktionsstätten teilnehmen; im ersten Jahr fanden so 9 von 14 Audits unter Beteiligung eines solchen „Cross Auditors“ statt. Dieses Programm wurde auch auf die zentralen Abteilungen ausgedehnt, die für ökologische Nachhaltigkeit zuständig sind.

Die **Online-Community**, die im Unternehmensportal ökologische Themen behandelt, erlaubt die Archivierung und Abfrage von Gruppen-, lokalen, internen und externen Dokumenten, Vorschriften und Zertifikaten, die die Werke betreffen.

⁷ Die Ferrero-Gruppe wählte als Zertifizierungseinrichtung Bureau Veritas, eine internationale, in 140 Ländern tätige Organisation mit UKAS-Akkreditierung.

Abgeschlossen ist die erste Phase des Projektes **CAMED (Collection, Analysis and Management of Environmental Data)**, in der eine Software zur Erfassung von Umweltdaten geschaffen wurde, deren Ziel es zum einen war, den Datenfluss sowie die Datensicherheit zu verbessern und zum anderen, eine gemeinsame Sprache für alle Werke der Ferrero-Gruppe zu schaffen.

In der Zwischenzeit ist das System in Funktion und bereits sehr bekannt. Mit ihm können verschiedene Kennzahlen zwischen den verschiedenen Werken über ein gemeinsames Berichtssystem analysiert werden, das die Grundlage für die zweite Phase in der Projektentwicklung bildet, die 2014 abgeschlossen werden soll. Auch die neuen Werke Manisa (Türkei) und San José Iturbide (Mexiko) erhalten Schulungen und Unterstützung für ihre Teilnahme am Projekt.

In Bezug auf die **ISO-50001-Zertifizierung** „Energiemanagementsysteme – Anforderungen mit Anleitung zur Anwendung“ hat die Ferrero-Gruppe zwei lokale Zertifizierungen erreicht, die bei Audits der Werke Villers-Ecalles (Frankreich) und Stadallendorf (Deutschland) im vergangenen Jahr erreicht wurden.

Umwelleistung der Werke: die wichtigsten Faktoren

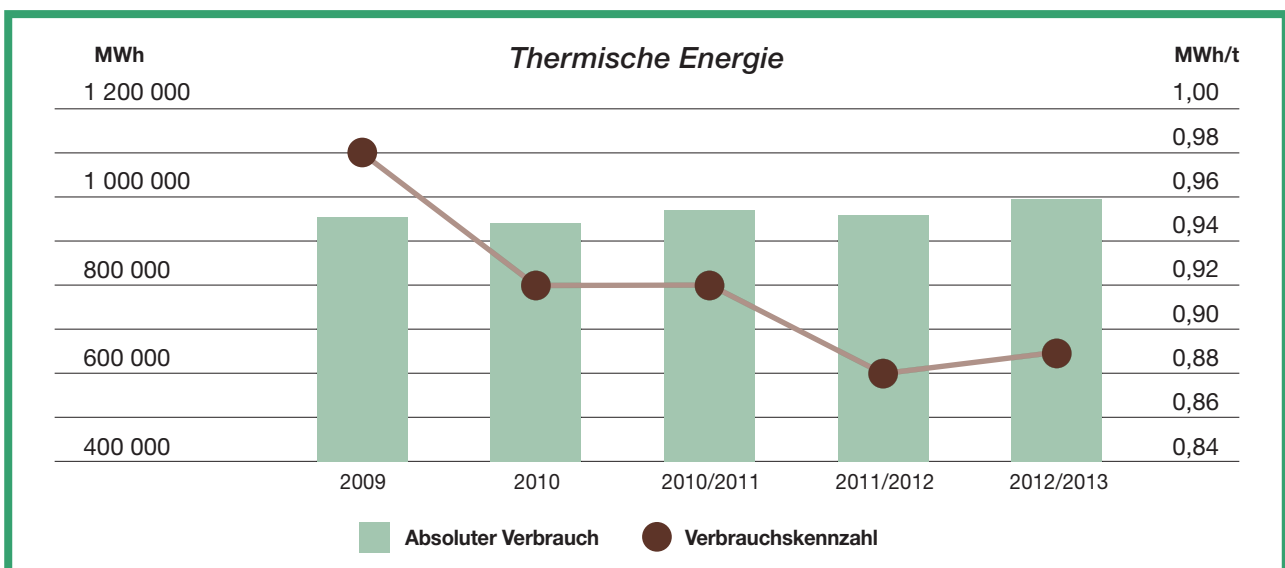
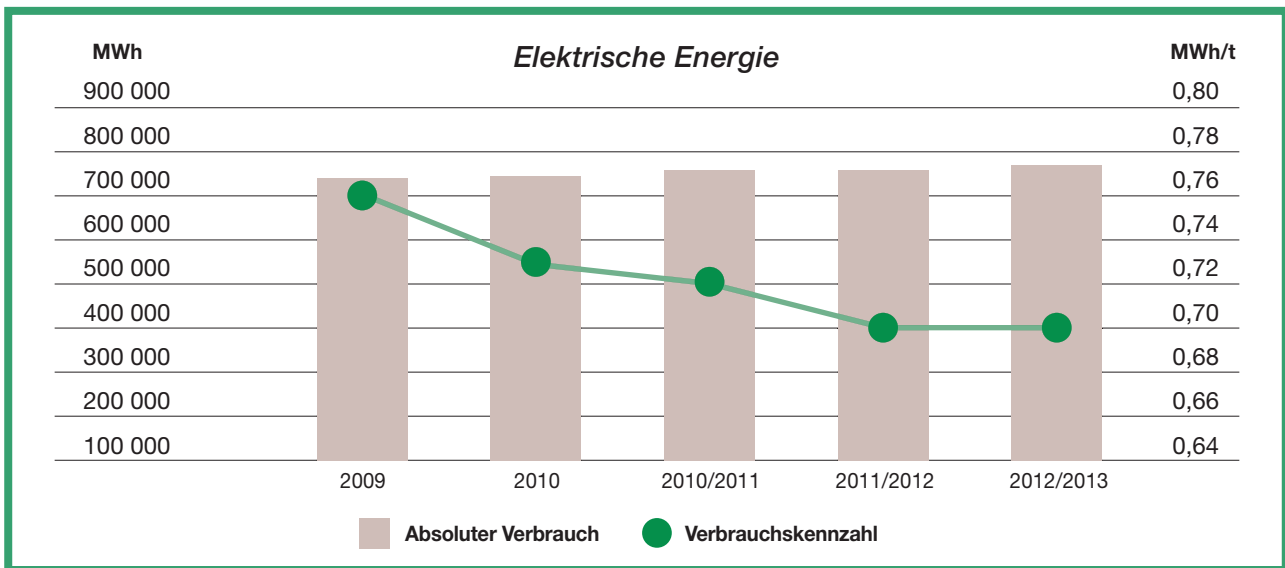
Hier die Kennzahlen (KPI – Key Performance Indicators⁸) für die verschiedenen Umweltfaktoren.

Energiemanagement und -effizienz

Parameter		2009	2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013
Verbrauch elektrischer Energie	MWh	747 625	751 452	761 897	763 758	774 100
Kennzahl für den Verbrauch elektrischer Energie	MWh/t	0,76	0,73	0,72	0,7	0,7
Verbrauch thermischer Energie	MWh	965 356	952 752	971 400	968 898	995 473
Kennzahl für den Verbrauch thermischer Energie	MWh/t	0,98	0,92	0,92	0,88	0,89

Wie aus dem Diagrammen hervorgeht, zeigt sich in den letzten fünf Jahren eine allmähliche Verringerung des spezifischen Energieverbrauchs der Werke sowie eine Konsolidierung des im vergangenen Jahr erzielten Ergebnisses, wobei die Kennzahlen für den Verbrauch elektrischer Energie bei 0,7 MWh/t bzw. für den Verbrauch thermischer Energie bei 0,89 MWh/t lagen. In absoluten Zahlen stieg der Energieverbrauch an, was mit der Produktionssteigerung zusammenhängt.

⁸ Ab dem CSR-Bericht 2012 beziehen sich die in diesem Kapitel aufgeführten Daten auf den Zeitraum 1. September bis 31. August und nicht mehr wie in den vorherigen CSR-Berichten auf das Kalenderjahr. Dadurch wird die Berichterstattung dieses Kapitels an die des gesamten CSR-Berichtes angepasst, was zu einer teilweisen Überschneidung der Zeiträume 2010 und 2010/2011 führt. Diese Einschränkung ist bei einem Vergleich der Daten dieser Zeiträume zu beachten.



Um weitere Impulse für eine Verbesserung der Energieeffizienz zu setzen, werden ab dem Geschäftsjahr 2013/2014 entsprechende Aktivitäten umgesetzt. Zu nennen ist hier in erster Linie das Projekt „Green Weekend“, dessen Ziel es ist, auf Basis einer genauen Analyse in den Werken den Energieverbrauch während der wöchentlichen Stillstandszeiten zu verringern. Dieses Ziel wird erreicht durch die Einbeziehung und Sensibilisierung des gesamten Produktionspersonals. Das Projekt läuft unter dem Slogan **„Jedes Wochenende ist ein grünes Wochenende“** („Every Weekend is a Green Weekend“). Außerdem wird das Energiemanagement allmählich verbessert, indem ein Kompetenznetzwerk aus Technikern aufgebaut wird, die so Erfahrungen und Lösungen austauschen können. Gleichzeitig wird weiterhin Energieverschwendung bekämpft (z.B. Druckluftlecks, Lecks in den Dampfverteilnetzen, Wärmeverluste bei Gebäuden und Anlagen).

Bei Erstellung dieses Berichtes standen die **Energie-Checkups** in allen Werken kurz vor dem Abschluss. Erreicht wurde dies aufgrund der Fokussierung auf das Ziel, das ursprünglich bis 2020 erreicht werden sollte und das als Ausgangspunkt für eine weitere Verbesserung der Energieeffizienz in den nächsten Jahren betrachtet wird. Diese Checkups liefern ein aktuelles Bild der in den Werken genutzten Energieflüsse und erlauben die Umsetzung von Maßnahmen zum Management des Verbrauchs sowie zur Verbesserung der Effizienz bei der Energienutzung. In einigen Werken wurden bzw. werden derzeit die Checkups aktualisiert.

Die Ferrero-Gruppe wird sich weiterhin für Energieeinsparungen und -effizienz in den neuen und in den bereits bestehenden Werken einsetzen und dazu Energienutzung und -verteilung messen. Umgesetzt wird dies durch den zunehmenden Einsatz moderner Messgeräte, die durch Systeme zur Datenerfassung, -überwachung und -archivierung eine gezielte, qualifizierte Kontrolle des Energieverbrauchs ermöglichen.

Wassermanagement & -einsparungen

Wie aus den Zahlen hervorgeht, hat die Ferrero-Gruppe auch in diesem Fall über einen Zeitraum von fünf Jahren erhebliche Einsparungen erzielt und die erreichten Ergebnisse konsolidiert, mit einer Gesamtverbesserung von 26,4% des Wasserverbrauchs, auf einen Wert von 3,87 m³/t im vergangenen Jahr.

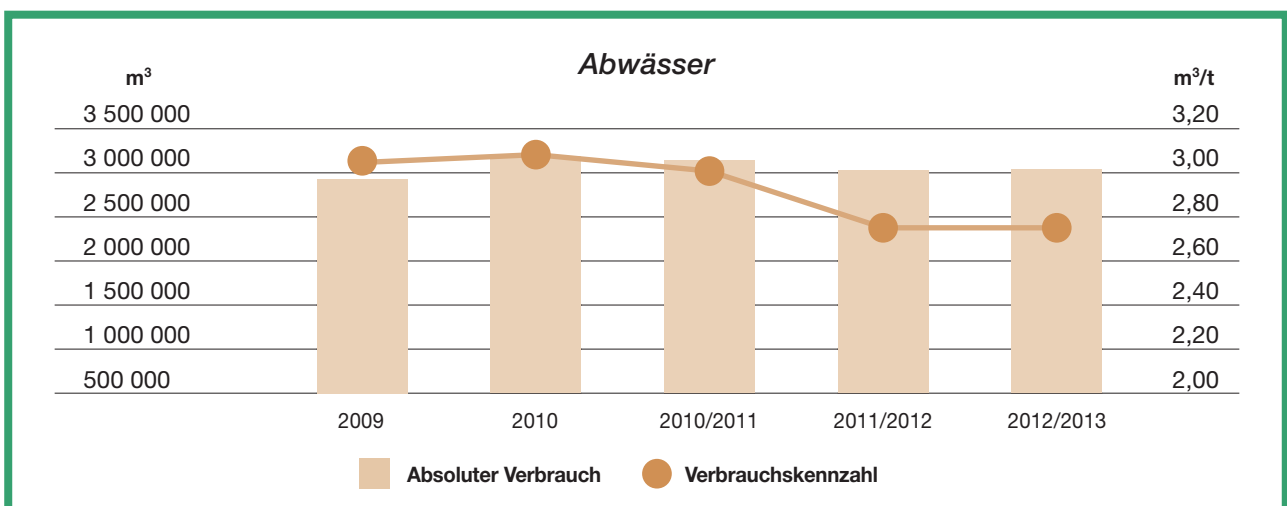
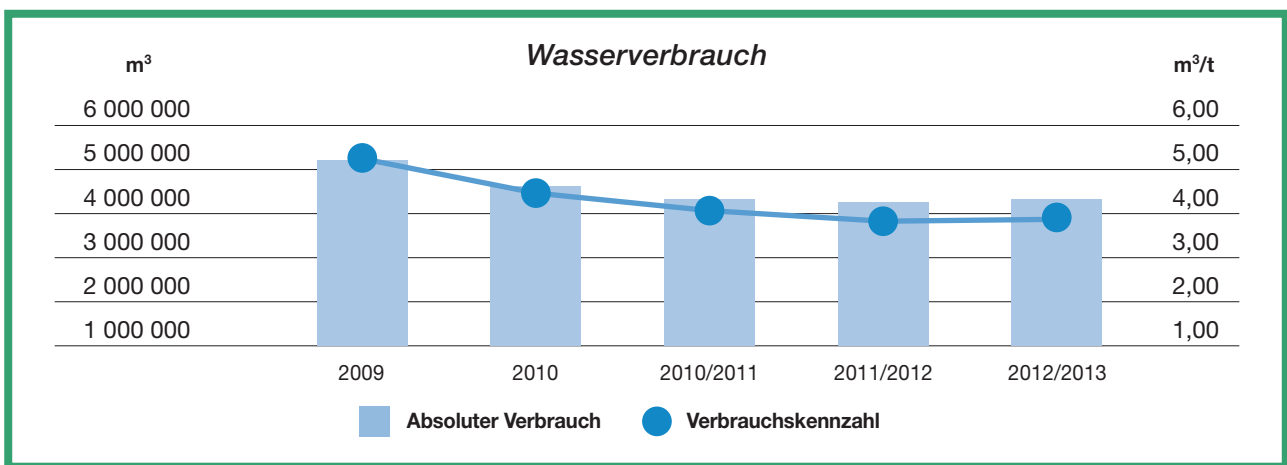
Parameter	2009	2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013
Wasserverbrauch m ³	5 171 117	4 788 176	4 334 380	4 156 350	4 308 536
Aus Flüssen %	23,3	27,6	17,2	19	20,9
Grundwasser %	41,2	32,4	36,8	33,3	32,3
Leitungswasser %	35,4	40	46	47,6	46,8
Kennzahl für den Wasserverbrauch m ³ /t	5,26	4,63	4,10	3,79	3,87
Abwassermenge, Abgabe in m ³	2 981 574	3 183 841	3 173 836	3 012 981	3 056 674
das Abwassernetz %		94	93,2	92,8	92,8
das Oberflächenwasser %		5,7	6	6,2	6,7
den Boden oder Untergrund %		0,3	0,7	1	0,5
Kennzahl für Abwassermenge m ³ /t	3,03	3,08	3,00	2,74	2,75

Die Anstrengungen zur Verbrauchsverringering konzentrierten sich wie in der Vergangenheit auf Maßnahmen zur Verbesserung der Kühlkreisläufe, das Vermeiden von Verlusten in den Verteilernetzwerken, die Optimierung der vorhandenen Anlagen und die Anwendung bewährter Techniken zur Wassereinsparung wie etwa das CIP-Verfahren (Cleaning in place), automatische Dosieranlagen und Kühlsysteme mit Wasserrückführung (z.B. mit Verdunstungskühltürmen).

Sofern gesetzlich und aufgrund der hydrogeologischen Gegebenheiten möglich, werden die Wasserentnahmepunkte so gewählt, dass die Auswirkungen auf die Umwelt und andere Nutzer reduziert werden.

Abwässer dürfen in keinem Fall giftige oder gefährliche Substanzen enthalten, außerdem wurden lokale Projekte zur Verbesserung ihrer Qualität eingerichtet, wie etwa Schulungen für das Reinigungspersonal, das Reinigungsmittel verwendet, automatische Dosierung und Einsatz umweltfreundlicher Reinigungsmittel. Sehr wichtig sind auch die Prozessanalysen, mit deren Hilfe Bereiche und Maschinen identifiziert werden, durch die Substanzen ins Wasser gelangen; sofern möglich wurden entsprechende Maßnahmen durchgeführt, um die Mengen zu verringern oder Alternativlösungen für Prozesse oder Reinigung zu finden.

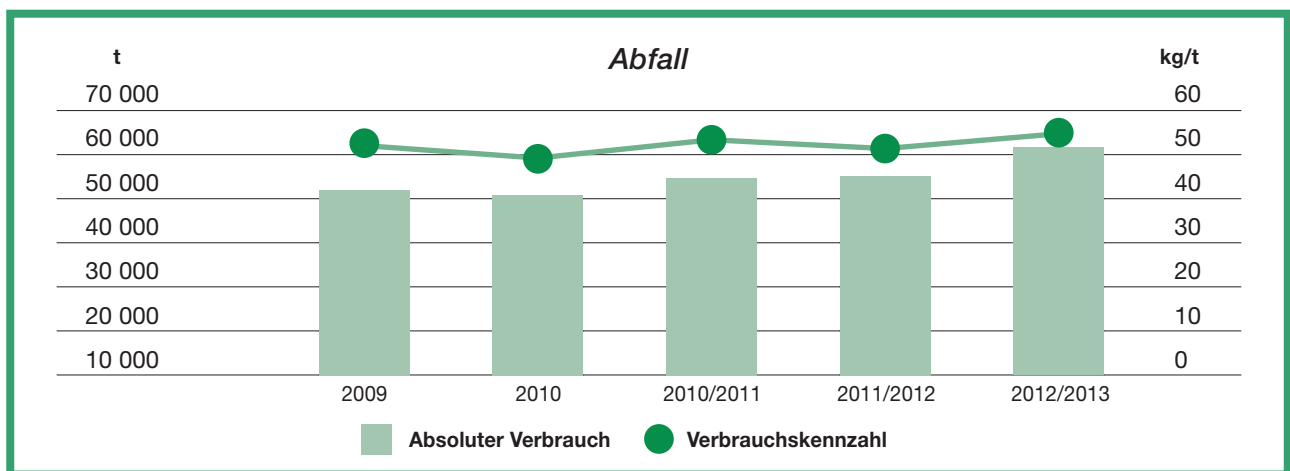
Unter Berücksichtigung lokaler Besonderheiten werden die Abwässer der Werke in externe Kläranlagen eingeleitet, was in jedem Fall zu einem positiven Ergebnis für beide sowie für die Umwelt führt, denn die Zusammensetzung der Abwässer unserer Werke wirkt sich in der Tat häufig positiv auf die Klärprozesse in den Anlagen aus. Außerdem wird durch die externe Klärung der Einsatz von Chemikalien vermieden, und die Hygiene der Werke verbessert.



Abfallmanagement und -vermeidung

Parameter		2009	2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013
Abfallproduktion	t	52 947	51 116	55 632	55 908	61 710
Abfallrückgewinnungskennzahl	%	88,4	89,6	89,1	90,9	92,2
Abfallproduktionskennzahl	kg/t	53,8	49,4	52,7	50,9	55,5

Die Abfallproduktionskennzahl bleibt im Fünfjahreszeitraum im Wesentlichen konstant, wenngleich im letzten Berichtsjahr (2012/2013) ein Anstieg zu verzeichnen war.

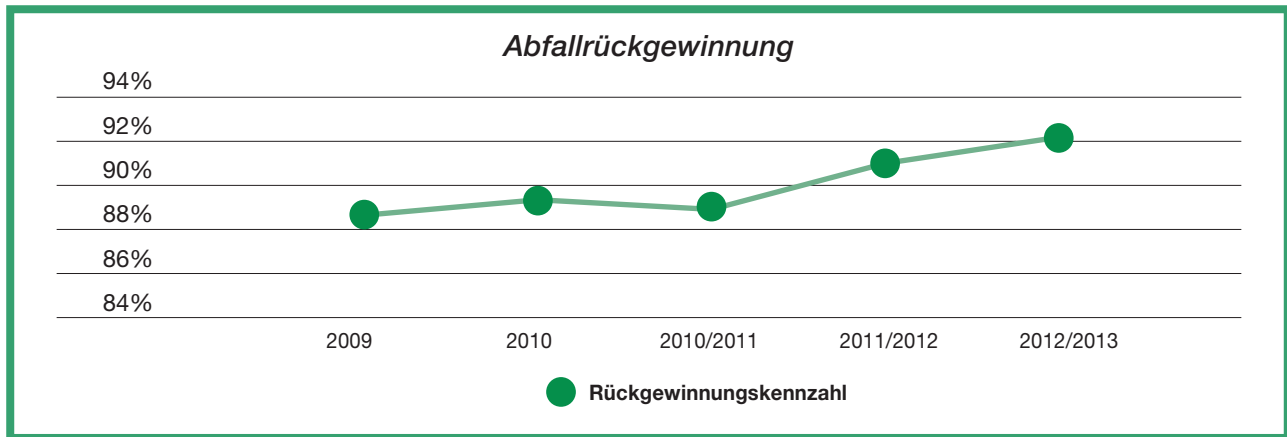


Derzeit wird geprüft, mit welchen Projekten sich die produzierte Abfallmenge verringern lässt, um gemäß den jüngsten Vorgaben der Europäischen Union den Anteil wiederverwerteten Abfalls zu steigern.

In diesem Zusammenhang hat die Gruppe mit einer **Abfallanalyse** begonnen und den Abfall bis zu den Produktionsprozessen zurückverfolgt, auf die sich die **Maßnahmen zur Abfallverringerung** konzentrieren werden. Diese Prozesse spiegeln die Zusammensetzung der Abfälle der Ferrero-Gruppe wider und wurden in folgenden Bereichen erfasst:

- Produktion: Abfälle beim Produktionsprozess;
- Verpackungen: Abfälle der in den Werken verwendeten Primär-, Sekundär- und Tertiärverpackungen;
- Analyse und Kontrolle: Laborabfälle;
- Instandhaltung: Abfälle bei der ordentlichen und außerordentlichen Instandhaltung an den Standorten;
- Emissionseindämmung: Abfälle aus Prozessen zur Emissionsfilterung in den Werken wie etwa Abwässer und Luftemissionen;
- Sonstige: Abfälle, die zu keiner der anderen Kategorien gehören.

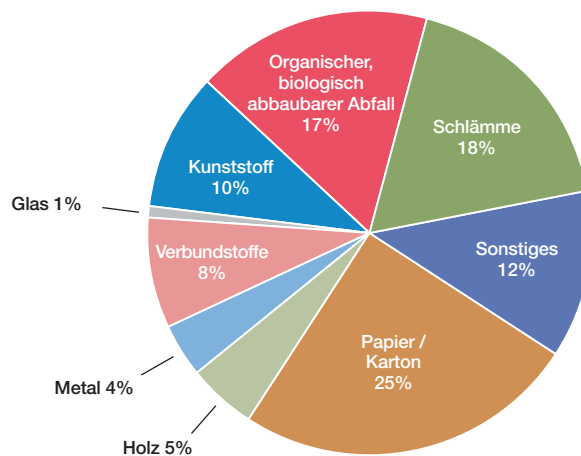
Die Ferrero-Gruppe hat ihre Anstrengungen in den letzten Jahren darauf konzentriert, jede Art von Ressourcenverschwendung zu verringern (vorzugsweise durch präventive Maßnahmen) und sich auf die Rückgewinnung zu konzentrieren, wie der Anstieg der Rückgewinnungsquote zeigt, die im vergangenen Jahr bei 92,2% lag.



Wie in der Vergangenheit liegt ein großes Augenmerk auf dem Recycling von Papier, Kunststoff, Glas und Metallen, dem Kompostieren und – soweit möglich – der Energierückgewinnung.

Die Situation im Geschäftsjahr 2012/2013 ist in der folgenden Grafik wiedergegeben, die die Unterteilung nach Gewicht der nicht gefährlichen, wiederverwerteten Abfälle darstellt:

Nicht gefährliche, wiederverwertete Abfälle nach Gewicht 2012/2013



Gefährliche Abfälle haben einen Anteil von 1,27% und fallen ausschließlich bei chemischen, physikalischen und mikrobiologischen Analysen und Kontrollen sowie der Instandhaltung an.

Die wichtigsten Präventionsmaßnahmen sind die Sensibilisierung des gesamten Personals, die Effizienzverbesserung der Produktions- und Verpackungslinien und schließlich die Nutzung der unvermeidlichen Produktionsabfälle für Tierfutter.

Abschließend möchten wir unterstreichen, dass es 2012/2013 in keinem der 15 Werke signifikante Freisetzungen von Stoffen in die Umwelt bzw. Vorfälle und auch keine relevanten externen Hinweise darauf gab.

Energie und Umwelt

Im Geschäftsjahr 2012/2013 hat Energhe⁹ seine Aktivitäten in Europa weiter konsolidiert und auch an den Produktionsstandorten der Länder außerhalb der EU seine Tätigkeit aufgenommen.

Entwicklung der Anlagen zur Energieerzeugung

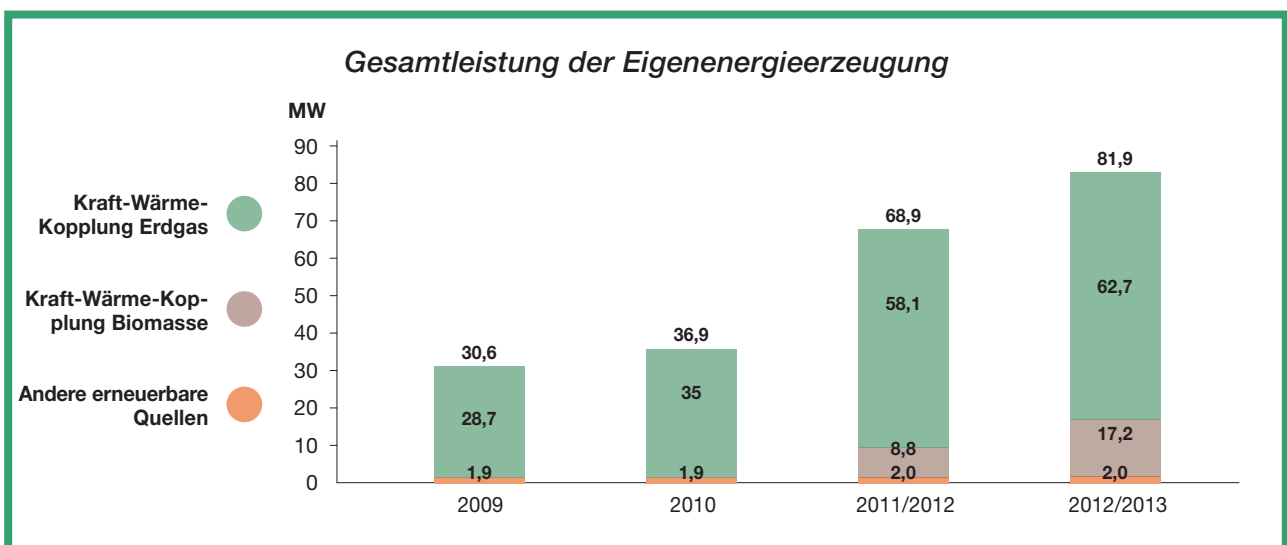
Im Hinblick auf den Umweltaspekt wurde die Errichtung neuer Energieerzeugungsanlagen fortgeführt, die ausschließlich als hocheffiziente Anlagen oder als Anlagen zur Nutzung erneuerbarer Energien konstruiert wurden. Die folgende Tabelle zeigt die elektrische Gesamtleistung (in MW) der Anlagen, die zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des CSR-Berichts in Betrieb waren bzw. sich im Aufbau befanden. Unterteilt sind diese nach Ländern und Energiequelle.

Liste energieproduzierender Anlagen in Produktionsstätten				
MW	Erdgas	Flüssige Biomasse	Photovoltaik	Windkraft
Italien	34,60*	17,2	1,35	
Deutschland	13,0		0,63	
Polen	5,60			0,03
Belgien	4,20			
Kanada	4,60			
Australien	0,70			
Irland	1,50**			
Gesamt nach Energiequelle	64,20	17,2	1,98	0,03
Gesamt	83,41			

* Enthält 25 MW von Alba Power, also 51% der Leistung (prozentualer Anteil von Ferrero an der Gesellschaft Alba Power S.A.)

**Im Bau

Die folgende Grafik zeigt die Gesamtleistung der Eigenenergieerzeugung seit 2009.



⁹ Energhe: Gesellschaft der Ferrero-Gruppe

Entwicklung neuer Projekte

2013 nahm das Kraftwerk **Quattro-Gen** den Betrieb auf, ein neues, hoch-effizientes und mit Erdgas betriebenes Kraft-Wärme-Kopplungskraftwerk (4,6 MWe) im Werk Brantford (Kanada). Dieses Kraftwerk produziert vier Arten von Energie: Elektrizität, Dampf, Warmwasser und Kaltwasser. Das Windkraftprojekt in Polen macht Fortschritte, das Projekt in Italien wurde eingestellt. Die tatsächlich installierte Leistung und der Zeitplan ihrer Umsetzung hängen von den Genehmigungsprozessen sowie von den Auswirkungen ab, die sich durch das Inkrafttreten neuer Vorschriften ergeben. Für eine biogasbetriebene Kraft-Wärme-Kopplungsanlage wurden technische und Umweltstudien und Bewertungen durchgeführt. Das Biogas stammt dabei aus der anaeroben Vergärung der in unseren industriellen Prozessen anfallenden Unterprodukte. Die Auswertung der Gärungstests sowie die nationalen Richtlinien zu diesem Thema deuten darauf hin, dass eher eine Verwendung als Tierfutter sinnvoll ist und nicht der Einsatz im Energiebereich.

Begonnen wurde außerdem mit der Planung einer neuen Anlage zur Eigenproduktion von Energie (einer hochleistungsfähigen, mit Gas betriebenen Kraft-Wärme-Kopplungsanlage) im Ferrero-Werk Cork (Irland), während für weitere Standorte (z.B. Mexiko, Brasilien, Russland) die Prüfung für die Einrichtung weiterer Anlagen läuft, was das Interesse der Ferrero-Gruppe bestätigt, alle Chancen zur Verringerung der CO₂-Emissionen bei ihren Prozessen zu nutzen.

Weitere Aktionen/Informationen

Zertifizierungen

Die Anlagen zur Eigenproduktion von Energie in Arlon, Belsk, Lithgow, Sant'Angelo dei Lombardi und Stadtallendorf wurden in die ISO-14000-Zertifizierung der jeweiligen Produktionsstätten einbezogen. Alba Power hat die Zertifizierung nach ISO 14000 und EMAS erneuert.

Forschungstätigkeit

Ferrero pflegt gute Beziehungen zu akademischen und wissenschaftlichen Partnern auf internationaler Ebene. In Italien wird die Zusammenarbeit mit Universitäten und Industriepartnern im Rahmen eines Forschungsprojekts fortgesetzt, das die Fähigkeit verschiedener Technologien evaluiert, industrielle Prozesse der Energieproduktion effizienter zu gestalten, angefangen bei den Nebenprodukten der Prozesse bei Ferrero. Dabei sind die Entwicklungen in der Forschung auf dem Gebiet der flüssigen pflanzlichen Biomasse (Algen), die nicht in Konkurrenz zum Lebensmittelbereich steht, besonders interessant für die Ferrero-Gruppe.

Ziele für 2013/2014

Hier soll darauf hingewiesen werden, dass die Ziele für die Eigenproduktion elektrischer Energie im Jahr 2013/2014 besonders ehrgeizig sind, und zwar aus folgenden Gründen:

- neuer energiepolitischer Kurs einiger europäischer Länder und Einführung von Vorschriften mit strengeren Vorgaben bei der Entwicklung von Kraft-Wärme-Kopplungsanlagen;

- Unsicherheiten im Genehmigungsprozess;
- Vorbehalte einiger Gemeinden im Hinblick auf die Auswirkung neuer Anlagen auf die Landschaft (z.B. bei Windkraftanlagen).

Hier soll daher Folgendes erreicht werden:

- bei der Eigenproduktion der installierten Leistung 83,5 MW (statt 85 MW), davon 22% (statt 25%) aus erneuerbaren Energiequellen;
- Eigenproduktion elektrischer Energie 70% (statt 75%) der von allen europäischen Werken der Ferrero-Gruppe (Belgien, Deutschland, Frankreich, Irland, Italien, Polen, ohne Russland und Türkei) verbrauchten Energie, davon 18% (statt 25%) aus erneuerbaren Energiequellen.

Die Ferrero-Gruppe bestätigt ihre Verpflichtung, bis 2020 weltweit einen Aktionsplan zum Thema Energie umzusetzen, der die lokalen Verpflichtungen bestehender und zukünftiger Werke zur Emissionsverringerung berücksichtigt. Der kommende CSR-Bericht wird dazu weitere Einzelheiten enthalten.

Alba Power und Fernwärme der Stadt Alba

Im laufenden Jahr führte Alba Power – eine hocheffiziente Kraft-Wärme-Kopplungsanlage, die 2007 gemeinsam von Ferrero und dem lokalen Energieversorger der Stadt Alba realisiert wurde – seine Tätigkeit fort. Die Anlage war eine der wenigen in Italien, die „grüne Zertifikate“ sowie Zertifikate für Energieeffizienz erhielt, da sie Energie für die öffentliche Fernwärme produziert und die Energieeffizienz eines Industriestandortes verbessert.

Ziel von Alba Power ist es, sowohl elektrische als auch Wärmeenergie an das Ferrero-Werk Alba zu liefern, außerdem Wärmeenergie für das Fernwärmenetz der Stadt Alba und elektrische Energie für Endverbraucher. Seit ihrer Inbetriebnahme hat die Anlage mehr als 2 Millionen MWh elektrische Energie und mehr als 3 Millionen MWh Wärmeenergie erzeugt. Durch seine hohe Effizienz hat es außerdem einen erheblichen Beitrag zur Verringerung der CO₂-Emissionen geleistet.

Hier die wichtigsten Kennzahlen der Fernwärme Alba: mehr als 820 Gebäude, darunter Privathäuser, Bürogebäude, Unternehmen, Einkaufszentren, Schulen und das örtliche Krankenhaus, sind an das Netz mit mehr als 30 km Rohrleitung, fast 4.000.000 Kubikmeter Durchsatz von Warmwasser und ca. 100 MW Abnehmerleistung angeschlossen.

Die Vorteile liegen klar auf der Hand:

- für die Umwelt: Reduktion der CO₂-Emissionen durch den Wegfall von Feuerungsanlagen in den einzelnen Häusern
- für die Nutzer: Verringerung der Gebühren und Kosten für den Betrieb von privaten Feuerungsanlagen (jährliche Kontrolle, Wartung, Erneuerung etwa alle 10 Jahre) durch Umstellung auf ein einfaches Wärmetauschsystem

Produktion und Ankauf von Energie

Im vorliegenden CSR-Bericht gelten folgende Definitionen:

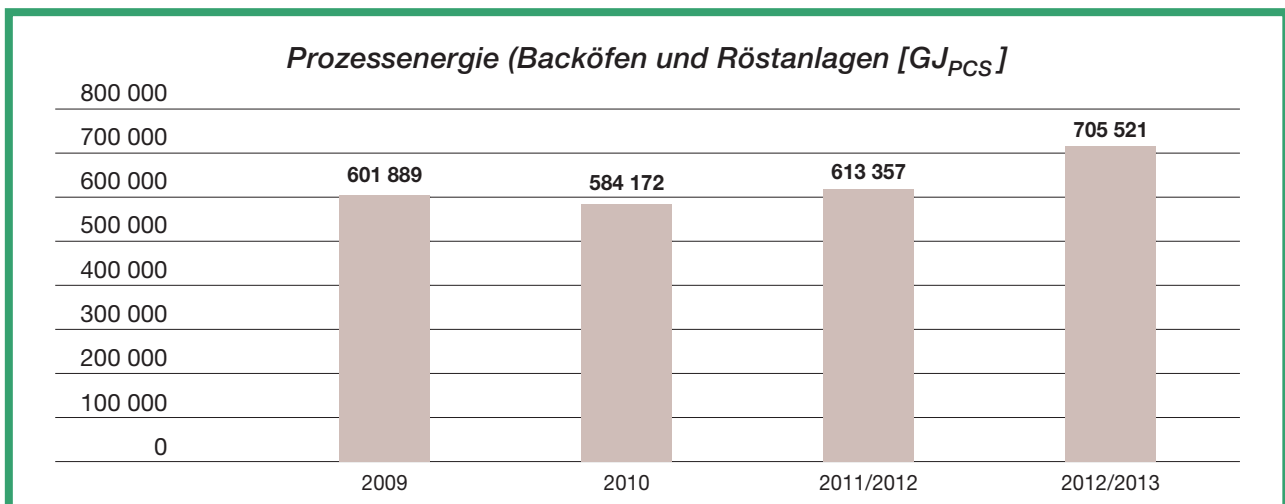
- **Direkte Energie:** Ausschließlich die in Backöfen und Röstanlagen verwendete Energie
- **Indirekte Energie:**
 - **Thermische Energie** in Form von Dampf und Warmwasser, vollständig selbst produziert
 - **Elektrische Energie**, zum Teil selbst produziert, zum Teil auf dem freien Markt zugekauft

Die Zahlen für 2011/2012 und 2012/2013 beziehen sich auf den Zeitraum 1. September bis 31. August, die Zahlen der Vergleichsjahre 2008, 2009 und 2010 hingegen beziehen sich auf jeweils ein Kalenderjahr (1. Januar bis 31. Dezember). Dies ist bei einem Vergleich der Daten dieser Zeiträume zu beachten.



Direkte Energie

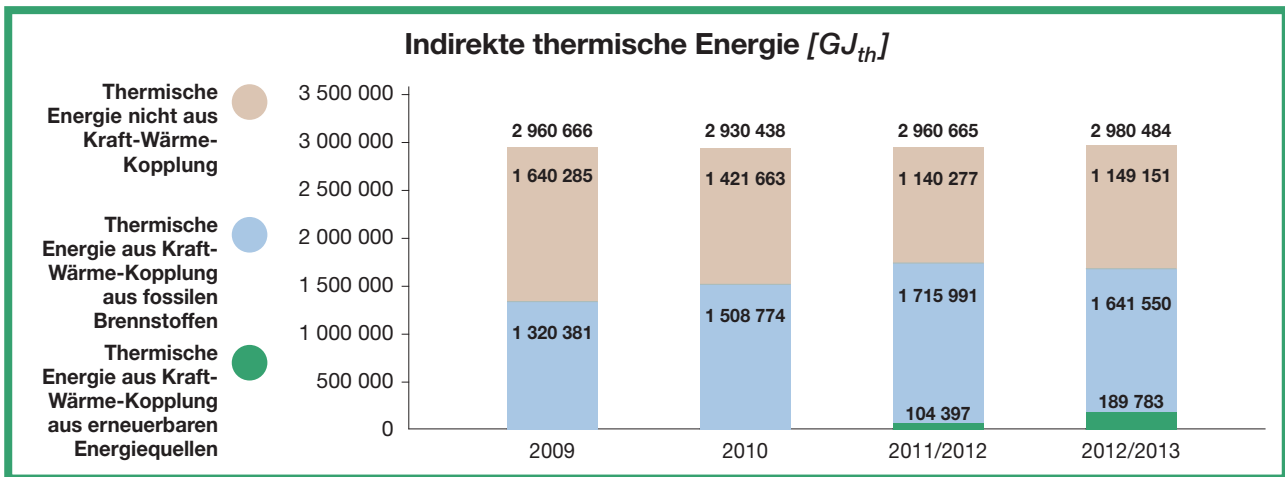
Die folgende Grafik stellt den jährlichen Verbrauch an direkter Energie dar.



Im vergangenen Jahr stieg der Energieverbrauch von Backöfen und Röstanlagen, was in erster Linie auf den Produktionsmix sowie die Mengensteigerungen bei den Werken zurückzuführen ist, die Kakao, Backwaren und Waffelprodukte verarbeiten.

Indirekte thermische Energie

Thermische Energie in Form von Dampf und Warmwasser wird vollständig selbst produziert, und zwar in traditionellen Dampfkesseln oder hocheffizienten Kraft-Wärme-Kopplungsanlagen.

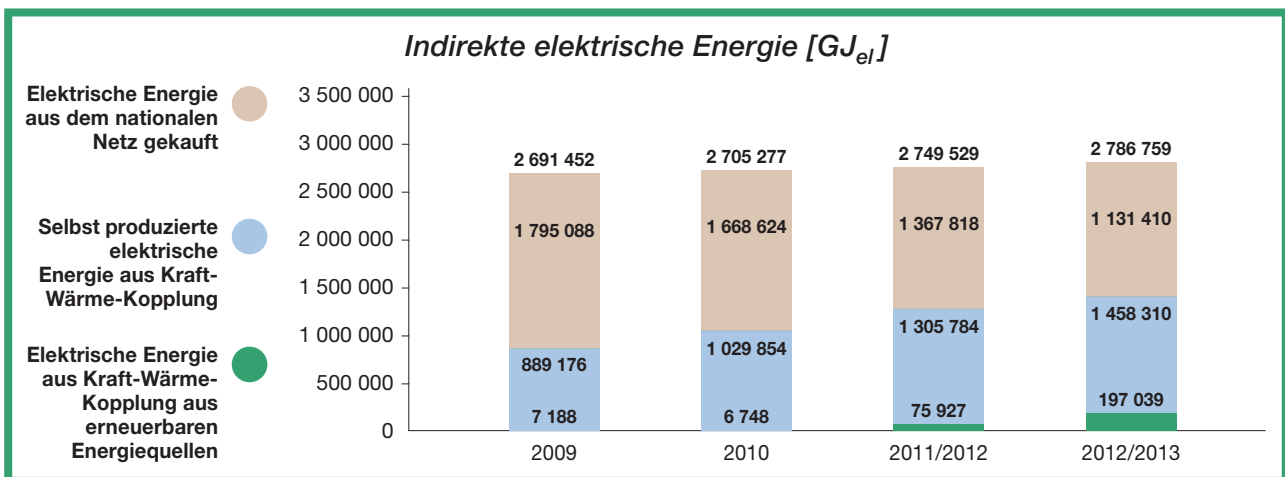


Hinzuweisen ist hier auf Folgendes:

- allmähliche Zunahme der in hocheffiziente Kraft-Wärme-Kopplungsanlagen produzierten thermischen Energie;
- Zunahme der aus erneuerbaren Energiequellen produzierten thermischen Energie;
- Produktion thermischer Energie wie in den Vorjahren, trotz Erhöhung des Produktionsvolumens, was die Effizienz unserer Prozesse belegt.

Indirekte elektrische Energie

Die elektrische Energie wird teilweise selbst produziert (in hocheffizienten Kraft-Wärme-Kopplungsanlagen oder aus erneuerbaren Energiequellen) und teilweise auf dem Markt gekauft.



Die „Umweltmerkmale“ (CO₂-Emissionen und verwendete Primärenergieformen) des zugekauften Anteils elektrischer Energie variieren je nach Zusammensetzung der Erzeugungsverfahren im jeweiligen Land.

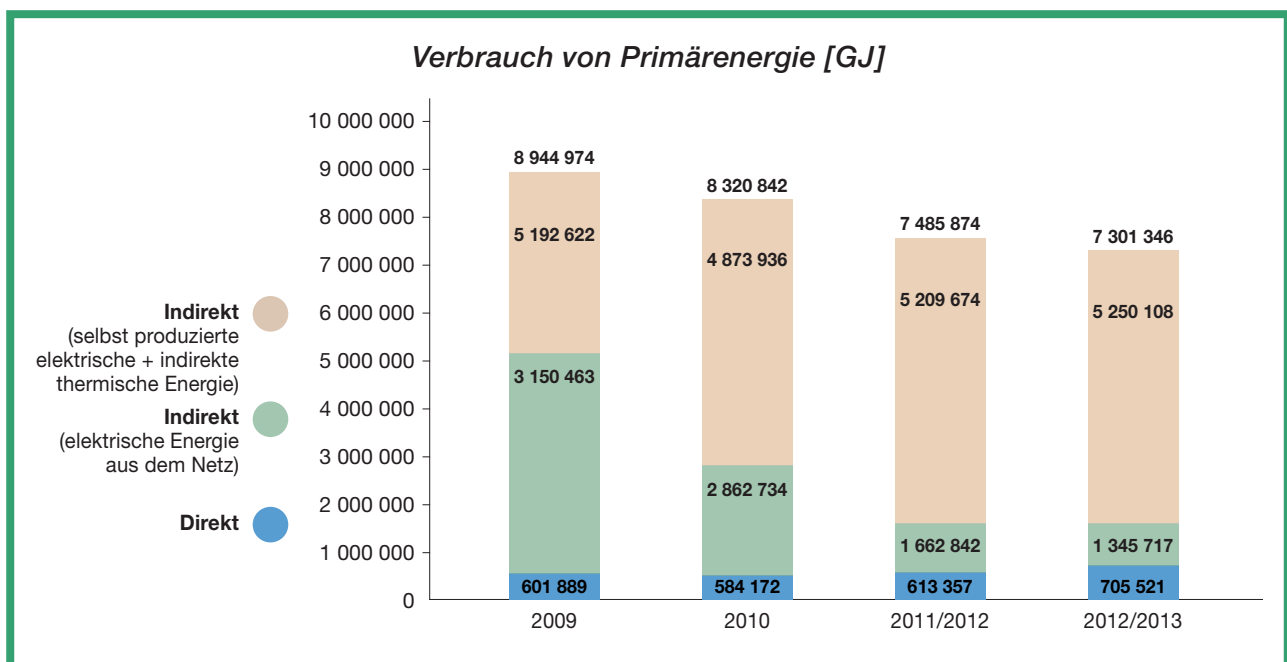
Hinzuweisen ist hier auf Folgendes:

- allmähliche Zunahme der in hocheffizienten Kraft-Wärme-Kopplungsanlagen oder aus erneuerbaren Energiequellen produzierten elektrischen Energie
- Verbrauch (selbst produzierter oder zugekaufter) elektrischer Energie wie in den Vorjahren, trotz Erhöhung des Produktionsvolumens, was die Effizienz unserer Prozesse belegt

Erzielte Vorteile

Die graduelle Inbetriebnahme der hocheffizienten bzw. aus erneuerbaren Energiequellen gespeisten KWK-Anlagen in Kombination mit Energieeffizienzmaßnahmen der Produktionsprozesse verbessern die Energieeffizienz in den Produktionsprozessen durch Verringerung des Primärenergieverbrauchs und damit der CO₂-Emissionen. Absolut betrachtet sind diese Verringerungen noch bedeutungsvoller, wenn man den Verlauf der jährlichen Produktionsvolumen betrachtet, die kontinuierlich steigen.

Die untenstehende Grafik berücksichtigt auch den Anteil der am Markt angekauften elektrischen Energie für das Werk Stadtallendorf, der zu 100% aus zertifiziert erneuerbaren Energiequellen stammt.



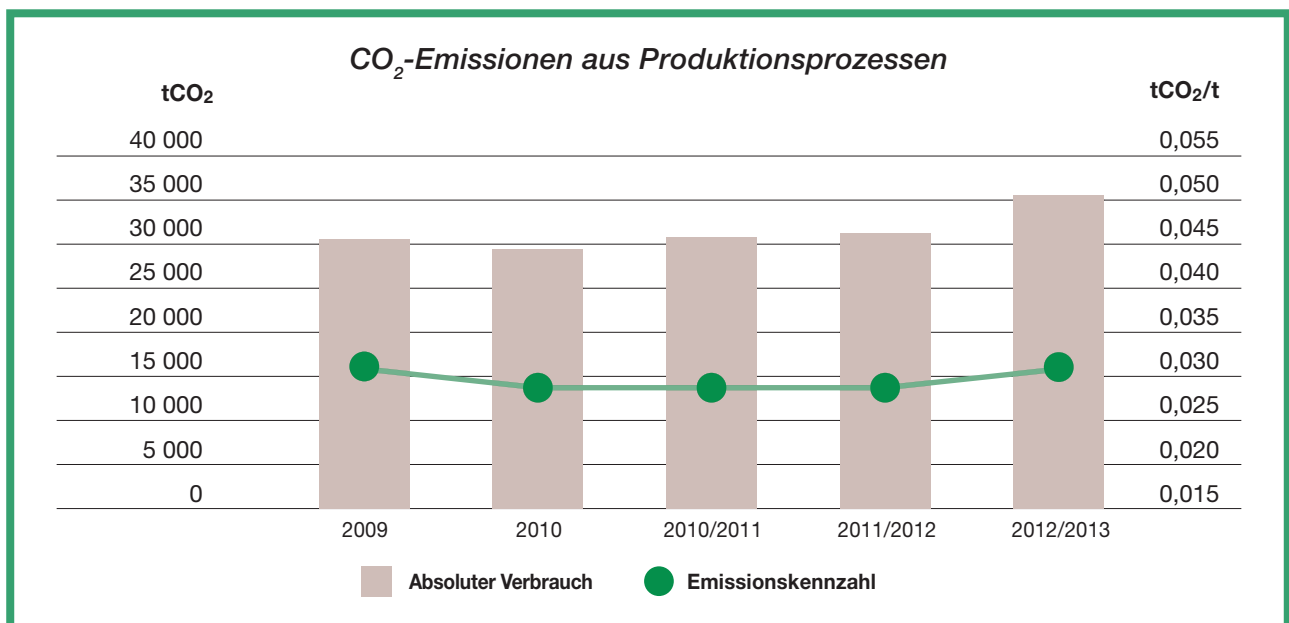
Der Primärenergieverbrauch 2009 und 2010 wurde auf Basis aktualisierter Daten für die Produktion berechnet, die nach Veröffentlichung des CSR-Berichts 2011 ausgelagert wurde.

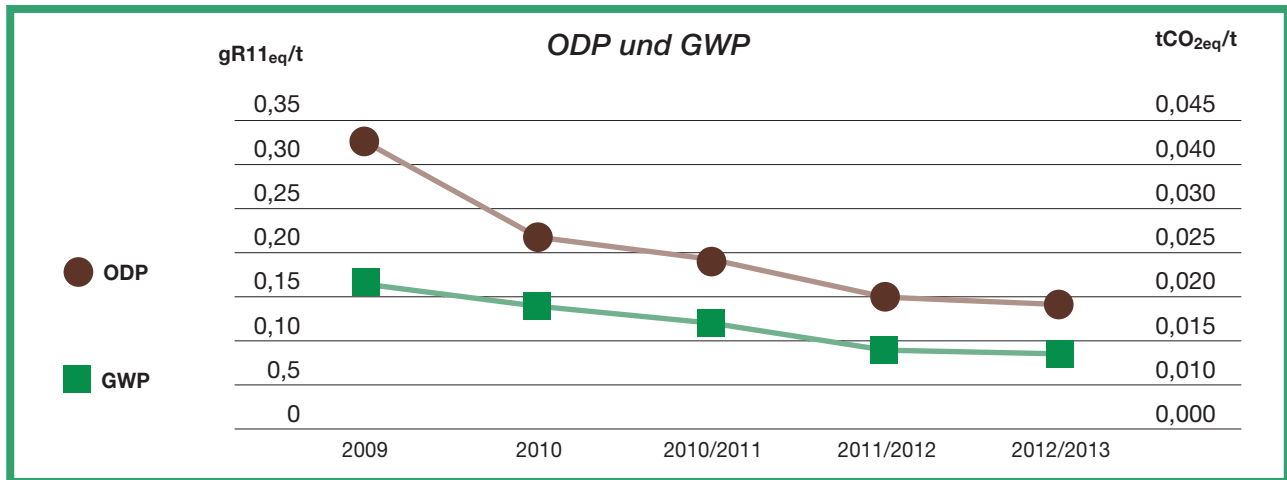
CO₂-Emissionen Direkte Emissionen

Parameter	2009	2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013	
Direkte CO ₂ -Emissionen von Anlagen des Produktionsprozesses	tCO ₂	30 135	29 250	30 092	30 738	35 337
Kennzahl für direkte CO ₂ -Emissionen von Anlagen des Produktionsprozesses*	tCO ₂ /t	0,031	0,028	0,028	0,028	0,032
Ozonabbaupotenzial (ODP) durch den Einsatz von Kältemitteln	gR11 _{eq} /t	0,33	0,22	0,19	0,15	0,14
GWP im Zusammenhang mit dem Einsatz von Kältemitteln	tCO _{2eq} /t	0,022	0,019	0,017	0,013	0,012

* Die leichte Zunahme der Kennzahl im Jahr 2012/2013 ist, wie bei der Prozessenergie, vor allem auf den Produktionsmix zurückzuführen.

Die Zahlen unserer Werke zeigen einen konstanten Verlauf der Kennzahl für CO₂-Emissionen aus Produktionsprozessen. Ein Rückgang ist zu verzeichnen bei den beiden Kennzahlen für diffuse Gasemissionen in Kühlsystemen. Das ist zum einen ODP (Ozone Depletion Potential – Ozonabbaupotenzial, also die potentielle Zerstörung von Ozon in der Atmosphäre durch Einbringen von Substanzen in die Luft, ausgedrückt als R11-Äquivalent, einem Gas mit einem ODP gleich 1) sowie zum anderen GWP (Global Warming Potential – Treibhauspotenzial, also den Beitrag zum Treibhauseffekt eines in die Atmosphäre abgegebenen Kältemittels, ausgedrückt als CO₂-Äquivalent). Hier gelten weiterhin die Prinzipien der Emissionsprävention und des Emissionsmanagements durch Einsatz der am besten geeigneten Systeme zur Emissionsreduzierung,

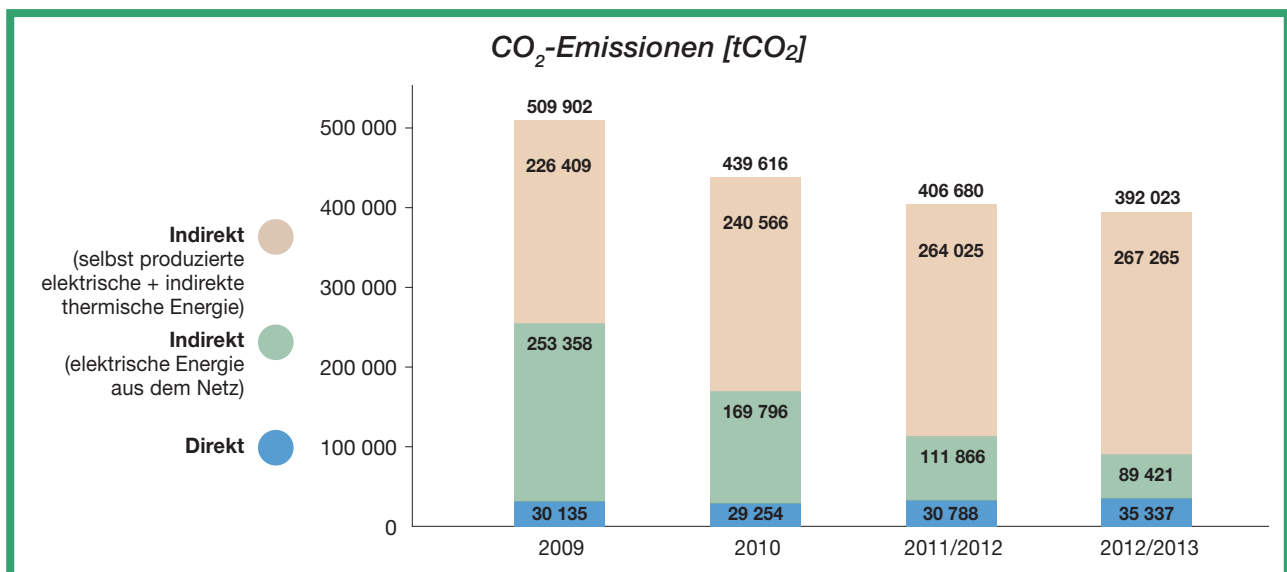




wie etwa Filter, Zyklon-Staubabscheider oder Nassabscheider¹⁰, um die Luftemissionen zu reduzieren (hauptsächlich Staub und flüchtige organische Verbindungen).

Gesamtemissionen aus Produktionsaktivitäten

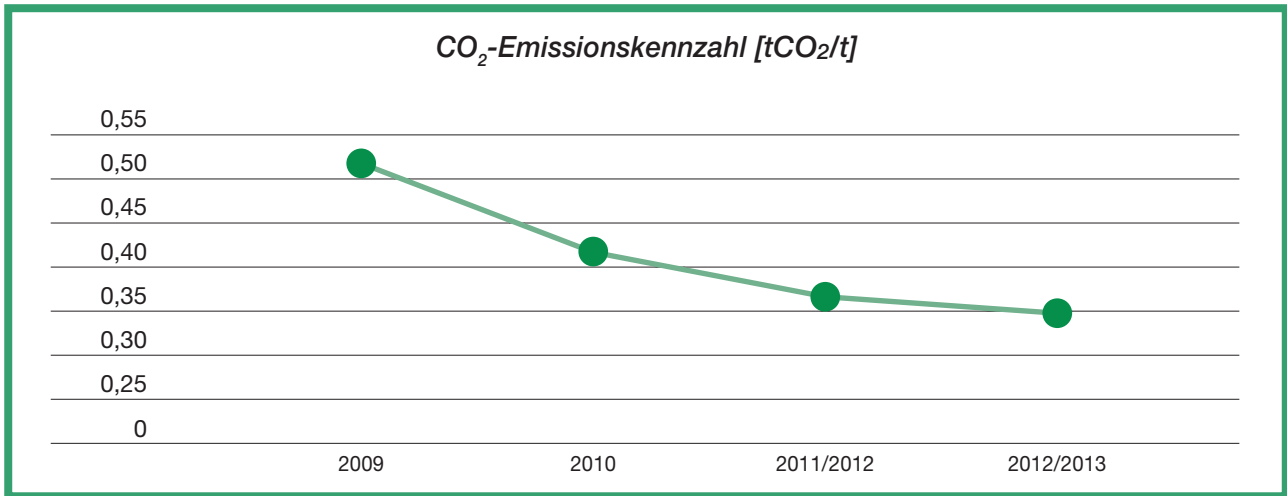
Die folgende Grafik zeigt die jährlichen Gesamtemissionen aus den Produktionsaktivitäten der Ferrero-Gruppe:



Die CO₂-Emissionen bei der aus dem Netz zugekauften elektrischen Energie in den Jahren 2009 und 2010 wurden auf Basis der von IEA (2012) veröffentlichten neuen Emissionskoeffizienten neu berechnet.

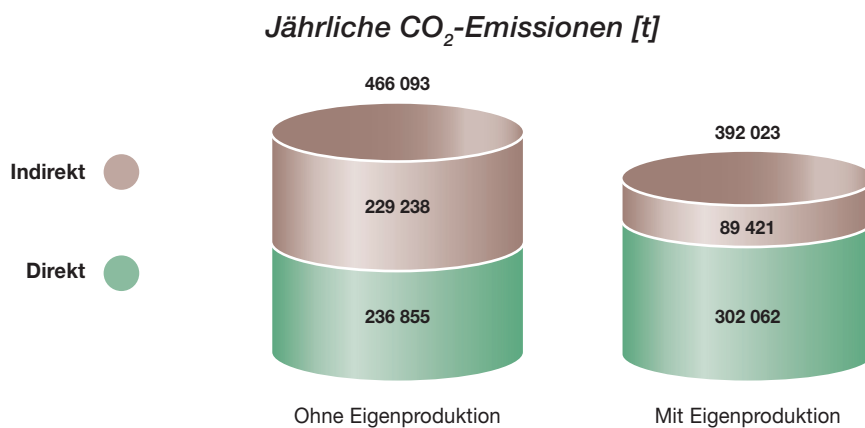
Absolut betrachtet ist die Verringerung der CO₂-Emissionen noch bedeutsamer, wenn man die Entwicklung der jährlichen Produktionsvolumen bedenkt, die kontinuierlich zunehmen. In der Tat ist die Kennzahl für die durch Produktionsaktivitäten entstehenden Emissionen pro Produkteinheit seit 2009 um mehr als 32% gesunken.

¹⁰ Zyklon-Staubabscheider sind Reinigungssysteme ohne bewegliche Teile, aus denen das Gas spiralförmig ausströmt: die in diesem enthaltenen Teilchen setzen sich durch Zentrifugalkräfte an den Wänden ab und fallen durch die Schwerkraft nach unten. Nassabscheider „waschen“ sozusagen das ausströmende Medium. Hier werden Wasser oder wässrige Lösungen vernebelt, sodass die im ausströmenden Medium enthaltenen Verunreinigungen „ausgewaschen“ werden.



Die seit 2009 erzielten Einsparungen an CO₂-Emissionen (mehr als 489.000 Tonnen) entsprechen den von etwa 243.000 Mittelklassewagen verursachten Gesamtemissionen.

Die folgende Grafik zeigt außerdem die Verringerung der (direkten und indirekten) CO₂-Emissionen, die durch die Eigenproduktion mit hocheffizienten Kraft-Wärme-Kopplungsanlagen erzielt wurde (-15,9%).



Biodiversität

Die Auswertung interner Analysen* ergab, dass sich keine der 20 Produktionsstätten in Schutzgebieten befindet oder erhebliche Umweltauswirkungen auf solche Gebiete hat. Nur in zwei Fällen befinden sich Schutzgebiete in der Nähe einer Ferrero-Produktionsstätte (d.h. in weniger als 3 km Entfernung), jedoch hat Ferrero auf diese keine signifikanten Umweltauswirkungen. Hierbei handelt es sich um den Regionalnaturpark „Bocles de la Seine normande“ in Frankreich und die „Brant Conservation Authority Area“ in Kanada.

* Analysiert wurden die 20 Ferrero-Produktionsstätten, die zum 31. August 2013 in Betrieb waren. Die Analyse wurde Anfang 2012 durchgeführt und wurde unter Einbeziehung der neuen Werke in Mexiko und der Türkei aktualisiert.

Entwicklung und Gestaltung der Infrastrukturen und Maschinen

Wie bereits im letzten CSR-Bericht erwähnt, wurden folgende Initiativen gestartet:

- Umsetzung eines IT-Tools für die Bewertung der Umweltleistung der Maschinen, das sich aktuell in der Planungsphase befindet, mit der Möglichkeit, alternative Konfigurationen zur Optimierung zu erforschen und zu untersuchen.
- Einsatz von Analysegeräten und Simulationssoftware zur Optimierung der Dimension von Aktoren und Energieumwandlern (Planung der elektrischen Maschinenausstattung, Motorisierung, Kontroll- und Bedienungssysteme).
- Durchführung technischer Studien im Zusammenhang mit der Minimierung des während des Betriebs der Maschinen entstehenden Produktionsausschusses.
- Systematischer Einsatz hocheffizienter Elektromotoren bei allen Neuinstallationen und bei Änderungen.

Die Ferrero-Gruppe bestätigt ihr Engagement in folgenden Bereichen:

- Erhalt der europäischen Umweltverträglichkeitszertifizierung (nach lokalen Standards, in Italien z.B. das ITACA-Protokoll) für neue Bürogebäude von wesentlicher Bedeutung, die intern geplant werden.
- Aktualisierung der Nachhaltigkeitsanforderungen in den technischen Spezifikationen von Ferrero, die den strengsten internationalen Standards entsprechen.
- Verringerung aller Umwelteinwirkungen der industriellen Prozesse der Gruppe, deren Vorteile mit den aktuellen Leistungskennzahlen sichtbar werden, wie im Kapitel „**Die Umweltleistung der Werke**“ dargestellt.
- Ausweitung des Systems zur Erfassung und Messung des Energieverbrauchs für bestehende Maschinen und Anlagen, um die Prognosewerte für den Vergleich mit neuen Maschinen zu bestätigen bzw. zu präzisieren und weitere Verbesserungsmaßnahmen an bestehenden Anlagen entsprechend auszurichten.

Verpackungen

Bei den Verpackungen zeigt der Verbrauchstrend von 2009 bis zum Berichtsjahr, wie die Ferrero-Gruppe durch die Anwendung ihrer 5R-Strategie¹¹ (Remove, Reduce, Recycle, Reuse, Renew) die Verpackungszunahme eindämmen konnte, obwohl sich das Produktionsvolumen erhöht hat. In der Tat hat die Ferrero-Gruppe mit nur vier der wichtigsten im letzten CSR-Bericht veröffentlichten Projekte etwa **9.000 t** Material fossilen Ursprungs¹² eingespart.



Auch 2012/2013 wurden mehrere Maßnahmen in diese Richtung umgesetzt, darunter das Projekt zur Optimierung und Vereinheitlichung der Nutella®-Deckel (T400 und T750)¹³, die weltweit vertrieben werden; hier wurde die Verwendung von Polypropylen um mehr als **500t/Jahr**¹⁴ verringert.

Neben den Maßnahmen zur Reduzierung an der Quelle hat sich das Engagement der Gruppe bei Verfolgen ihrer Planungsstrategie auch im Erreichen des im ersten CSR-Bericht aufgestellten Ziels manifestiert, 10% mehr Recyclingmaterial zu verwenden. Im Geschäftsjahr 2012/2013 hat Recyclingmaterial einen Gewichtsanteil von 36%¹⁵, was einer Zunahme um 10,4% im Vergleich zu 2009 entspricht.

¹¹ Remove (Entfernen): Verringerung der Zahl der Verpackungselemente. Reduce (Reduzieren): Reduzierung des verwendeten Materials durch Verringerung des Gewichts, Verringerung von Verpackungsüberschuss und Designoptimierung; Recycle (Wiederverwerten): soweit technisch und unter Qualitätsgesichtspunkten machbar, Verwendung recycelter Materialien sowie von Materialien, die am Ende ihres Lebenszyklus gut wiederverwertbar sind; Reuse (Wiederverwenden): Entwicklung und Umsetzung von Lösungen, die andere Funktionen übernehmen oder in den Produktionszyklus zurückgeführt werden können; Renew (Erneuern): Verwendung von Materialien aus erneuerbaren Quellen (die möglichst nicht aus der Lebensmittelkette stammen)

¹² Bei diesem Wert handelt es sich um eine Schätzung auf Basis der jährlichen Budgetvolumen ab dem Jahr, in dem die jeweilige Maßnahme genehmigt wurde, und bezieht sich auf die Projekte zur Verringerung der 16er-Packung von Rocher®, die Gewichtsverringern des Einwicklers von Rocher®, der Tic-Tac-Boxen (T1 und T100) sowie der vereinheitlichten, niedrigeren Deckel für Nutella® (T400 und T750).

¹³ Das heißt, für die Gläser mit 300g bis 800g Inhalt.

¹⁴ Diese Zahl ist eine Schätzung auf Basis des jährlichen Budgetvolumens.

¹⁵ Dieser Prozentsatz ist eine Schätzung des Anteils recycelter Materialien gegenüber der Gesamtmenge des von der Ferrero-Gruppe verwendeten Verpackungsmaterials. Bei Papier und Karton beruhen die Zahlen auf Berechnungen zur Zusammensetzung des gekauften Materials, während die Zahlen für Glas und Aluminium auf den Angaben der Lieferanten basieren und die Differenzen zwischen den einzelnen lokalen Produktionsstätten der verschiedenen Materialien widerspiegeln; sie hängen stark von der Sammel- bzw. Recyclingquote von Verpackungsmaterialien im jeweiligen Ursprungsland ab.

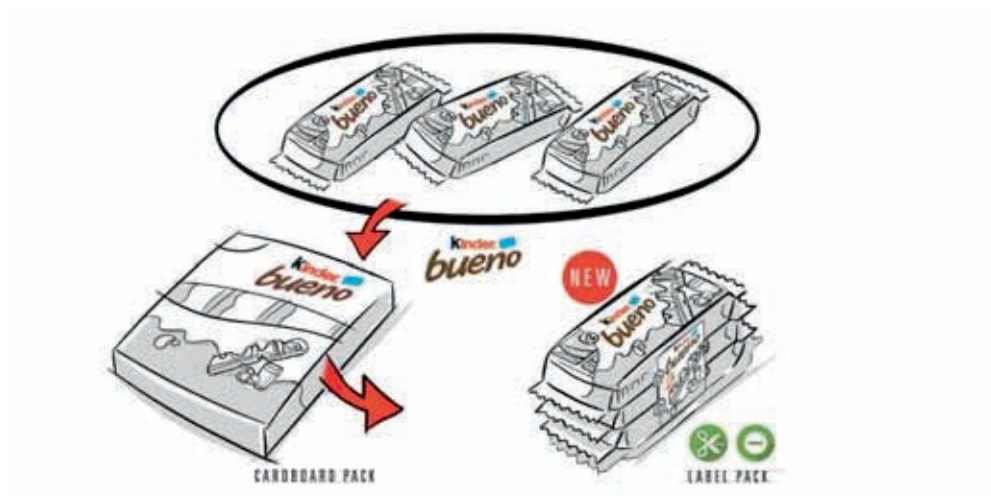
Diese Materialien werden weiterhin genutzt, wo dies technisch möglich ist, ohne dass Qualität und Sicherheit des verpackten Produktes beeinträchtigt werden.

Aus diesem Grund hat die Ferrero-Gruppe in den wichtigsten europäischen Werken das Projekt **SPE** (Scraps Packaging Evolution) gestartet, um Machbarkeitsanalysen für die Verwertung von Verpackungsabfällen an den Ferrero-Standorten durchzuführen. Ziel ist es, Maßnahmen umzusetzen, mit denen bei Ferrero-Verpackungen und -Ausrüstung Primärrohstoffe durch wiederverwertete Materialien ersetzt wird, in Abstimmung mit den Lieferanten sowie mit den wichtigsten Wiederverwertungs- und Recyclingkonsortien, wobei eine gemeinsame Verantwortung angestrebt wird.

Für die Ferrero-Produkte werden verschiedene Kategorien von Materialien verwendet¹⁶, wie etwa Glas, Papier, Wellpappe und Vollkarton, Hartkunststoff, Folie, Holz und Aluminium. Auch 2012/2013 ist Glas mit fast 150.000 Tonnen das Material mit dem höchsten Gewichtsanteil, gefolgt von Zellulosematerial (Papier und Karton) mit circa 130.000 Tonnen.

Gerade bei einem der am häufigsten verwendeten Materialien hat die Ferrero-Gruppe beschlossen, sich bis 2014 ein herausforderndes Ziel zu setzen: Wenn aus technischen, Qualitäts- oder Sicherheitsgründen kein recyceltes Material verwendet werden kann (zum Beispiel, weil es direkt in Kontakt mit dem Produkt kommt), wird nur Papier aus Primärfasern aus zertifiziert nachhaltigen Lieferketten verwendet¹⁷.

Da Schätzungen zufolge mehr als 80% der Umweltauswirkungen eines Produktes in der Phase der Produktgestaltung bestimmt werden¹⁸, führt die Ferrero-Gruppe für die Designer Informationsveranstaltungen und gemeinsame Aktivitäten durch, die im Rahmen allgemeiner Treffen bzw. spezieller Veranstaltungen zu Umweltthemen/ -risiken behandelt werden. Daneben werden die potentiellen Umweltauswirkungen von Verpackungsprojekten durch den Einsatz von Ökodesigntools kontinuierlich bewertet.



¹⁶ Aufgelistet sind die Materialien in absteigender Reihenfolge nach ihrem Anteil am Gesamtgewicht.

¹⁷ Unter zertifiziert nachhaltigen Lieferketten versteht man hier Lieferketten, die die kontrollierte Herkunft und eine verantwortliche Handhabung nach international anerkannten Standards gewährleisten.

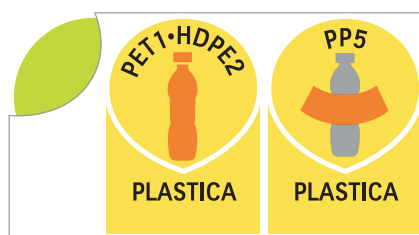
¹⁸ Quelle: Europäische Kommission (http://ec.europa.eu/energy/efficiency/ecodesign/eco_design_de.htm)

Das richtige Gleichgewicht zu finden zwischen Schutz des Lebensmittels, Lebensmittelsicherheit und Umweltschutz ist eine tägliche Verpflichtung für die Gruppe. Dies wird umgesetzt durch die Entwicklung von Verpackungen, die die sensorischen Eigenschaften und die Sicherheit der Produkte garantieren, eine Verschlechterung ihrer Eigenschaften verhindern und eine **Lebensmittelverschwendung** sowie die entsprechenden Umwelt- und sozialen **Auswirkungen begrenzen**.

Außerdem arbeitet Ferrero daran, die Verwendung von Verpackungsmaterial fossilen Ursprungs einzuschränken, wie dies in dem Ziel für die Nutzung von Materialien aus erneuerbaren Quellen bis 2020 vorgesehen ist (+10% gegenüber 2009). Zu diesem Zweck werden derzeit verschiedene Studien zur Nutzung neuer Materialien durchgeführt (z.B. Biokunststoffe) bzw. über das Ersetzen von Kunststoff durch Papier oder Karton. Parallel dazu beteiligt sich die Ferrero-Gruppe an verschiedenen italienischen (Biopack, Namatech, Ecofood und Ecopaper) und europäischen Projekten mit dem Ziel, neue Materialien aus Biomasse zu entwickeln und zu fördern, und um die Eigenschaften der vorhandenen Biopolymere zu verbessern, damit eine Nutzung in großem Umfang ermöglicht wird.

Bei der Entwicklung der Ferrero-Verpackungen gilt größtes Augenmerk ihrer wichtigsten Funktion – Frische und Aroma des Lebensmittels zu garantieren. Aus diesem Grund gilt bei Ferrero das Motto „**Die Verpackung ist Teil der Rezeptur**“¹⁹. Neben dieser Philosophie gilt jedoch auch der Grundsatz, dass eine Verpackung auch ihre anderen Funktionen erfüllen muss, also den Transport einfacher machen, das Produkt schützen, das Anbieten des Produktes im POS ermöglichen, Informationen zum Produkt verfügbar machen und dem Konsumenten die Markenwerte vermitteln. Angesichts der informativen und kommunikativen Rolle gegenüber den Konsumenten und um aktiv zu einer Kultur der ökologischen Nachhaltigkeit beizutragen, hat Ferrero ein „End-Use“-Etikett entwickelt. Auf diesem Etikett können Verbraucher sofort erkennen, aus welchen Materialien die Verpackung des jeweiligen Produktes besteht, damit sie diese entsprechend trennen können. Dieses Etikett entspricht dem Kennzeichnungssystem für Verpackungsmaterialien, das auf Basis der Entscheidung der Europäischen Kommission vom 28. Januar 1997 definiert wurde und auch in den wichtigsten außereuropäischen Ländern breite Anwendung findet.

2013 war die Marke Estathè das erste Ferrero-Produkt, das ein Ferrero-„End-Use-Etikett“ erhielt, das dem festgelegten Ziel entspricht.



¹⁹ Unter Rezeptur verstehen wir die Gesamtheit der Zutaten, die das Lebensmittelprodukt ausmachen - mit all seinen sensorischen Besonderheiten und Merkmalen.

Der nächste Schritt wird die Einführung eines „End-Use-Etiketts“ für Nutella® in den europäischen Ländern sein.

Die Verordnung (EU) 1169/2011 zur Kennzeichnung von Nahrungsmitteln hat die Umsetzung des „End Use“-Etiketts für die anderen Ferrero-Produkte verlangsamt, da sie eine Mindesthöhe für die Angaben auf den Etiketten vorschreibt, um die Leserlichkeit sicherzustellen. Das wiederum führt zu Platzproblemen auf dem Etikett. Daher hat die Ferrero-Gruppe eine Studie veranlasst, um zu prüfen, wieviel Platz zur Verfügung steht, um das „End Use“ Label korrekt auf der Verpackung anzubringen.

Parallel zu diesem Projekt beteiligte sich Ferrero an der Erstellung einer Anleitung zur freiwilligen Umweltetikettierung, um die Mülltrennung innerhalb der CONAI-Präventionsgruppe (CONAI=Consorzio Nazionale Imballaggi) zu unterstützen.

Das „End-Use-Etikett“

Ferrero gibt auf dem „End-Use-Etikett“ Material und Warenkategorie der Bestandteile an, die der Verbraucher trennen kann. Dabei werden sowohl die technischen Abkürzungen (wie etwa PP, PET) als auch gemeinsprachliche Bezeichnungen (zum Beispiel Kunststoff, Papier) angegeben und jede Verpackungskategorie erhält einen eigenen Farbcode: Papier (grün), Kunststoff (gelb), Glas (blau), Metalle (rot), Verbundstoffe* (grau). Als trennbare Elemente gelten Verpackungskomponenten, die sich manuell trennen und somit leicht entsorgen lassen. Die Information über das Material, aus dem die Verpackung besteht, hilft dem Konsumenten, die Verpackung innerhalb des lokalen Abfalltrennungssystem der richtigen Entsorgung zuzuführen. Diese kann auch innerhalb desselben Landes unterschiedlich sein (z.B. werden Metalle in einigen Fällen zusammen mit Kunststoff gesammelt, in anderen Fällen zusammen mit dem Altpapier).

Beispiel: Nutella®-Glas



Als trennbare Elemente werden auf dem Etikett aufgeführt: der Deckel, die Deckelfolie und das Glas, während das Klebeetikett, da es auf das Glas aufgeklebt ist, nicht als trennbare Komponente genannt wird.

Wissenswert: die Deckelfolie, die aus einer Kombination von Papier und Aluminium besteht, wird als „Verbundstoff“ angegeben, so dass der Konsument auch diese entsorgen und sich vor Ort informieren kann, welche Wiederverwertungsmöglichkeiten es gibt. Wenngleich Verbundstoffe nur schwer recycelt werden können, lassen sie sich doch häufig zumindest wiederverwerten (z.B. zur Energieerzeugung) und können der Abfallentsorgung zugeführt werden**.

* Verbundstoffe bestehen aus zwei oder mehr Materialien verschiedener Kategorien; angegeben wird hier lediglich das Gewicht des schwersten Bestandteils.

** Sofern im lokalen Trennsystem vorgesehen.

Auf dem Weg zu einer integrierten und umweltfreundlichen Lieferkette

Ein „grünes“ Management von Transport und Lagerung hat für Ferrero schon immer Priorität. Die Gruppe hat zahlreiche Programme zur Optimierung der Lieferprozesse entwickelt, bei denen die ökologische Nachhaltigkeit besondere Aufmerksamkeit erhält.

Diese Aktivitäten werden im Rahmen von Projekten und mithilfe der verfügbaren Aktionsmittel durchgeführt. Hier einige der wichtigsten in den letzten fünf Jahren durchgeführten Aktionen.



Reduktion der für den Transport unserer Produkte insgesamt gefahrenen Kilometer und gleichzeitig höhere Auslastung der Transportmittel

Bei den Transporten innerhalb Europas durch Deutschland, Belgien und Großbritannien konnte durch zweiachsige 2WIN-Doppelstock-Lkw die Vollbeladung um 37% gesteigert werden. Zusammen mit der entsprechenden Koordinierung der Rückfahrten (durch die die Zahl der leeren Lkw auf der Straße signifikant verringert wurde) führte dies zu einer Verringerung der CO₂-Emissionen um 33%.

In der ersten Phase der Optimierung der europäischen Netzwerke (Transporte und Lager) konnten in Polen, Frankreich, Deutschland und Südeuropa die zwischen Werken und Lagern gefahrenen Kilometer verringert werden. Für eine zweite Phase planen wir, die bei unseren Primärtransporten gefahrenen Kilometer gegenüber 2012/2013 um 12% nach Volumen zu verringern.



Identifikation von alternativen Transportmitteln mit geringeren Umweltauswirkungen

Um die Auswirkungen des Straßentransports zu begrenzen, haben wir im Laufe der Jahre den Prozentsatz der mit Euro5-Motoren (oder noch moderner) ausgestatteten Fahrzeugen in Frankreich, Benelux, Italien und – seit Juni 2012 – auch in Großbritannien kontinuierlich erhöht. Neue Initiativen zur Förderung alternativer Antriebsarten werden derzeit umgesetzt. So prüfen wir beispielsweise derzeit in Großbritannien die Vorteile eines Einsatzes von Hybrid-Lkw (Diesel und Biogas).



Analog dazu haben wir intermodale Transporte mit einer Kombination aus Luft- und Seefracht von China nach Europa eingeführt (für einige Spielzeuge der Kinder®-Linie), statt ausschließlich Luftfracht einzusetzen.



Umsetzung von Energiesparmaßnahmen in den direkt verwalteten Lagern

Das Ersetzen der alten Beleuchtungssysteme durch Energiesparlampen sollte in China zu einer Verringerung des Stromverbrauchs um 68% und in Frankreich von 20% führen.

In Deutschland hat Ferrero durch das Ersetzen der Kühlsysteme in den verschiedenen Lagern signifikante Einsparungen erzielt, wie auch durch den Einbau schnellschließender Türen zwischen Bereichen mit unterschiedlicher Temperatur.

Ziele für 2020

Die Ferrero-Gruppe hat folgende Ziele:

Verringerung der durch Warentransport und -lagerung verursachten Treibhausgase ($t_{eq} CO_2/t$) um 30%.

Ferrero schätzt die durch Transport und Lagerung verursachten Emissionen in 2012/2013 auf etwa 302.000 $t_{eq} CO_2$. Obwohl ihr absoluter Wert im Vergleich zum Vorjahr gestiegen ist, sind die Emissionen dank der zur Verringerung der Umweltauswirkungen getroffenen Maßnahmen pro verkaufter Tonne um 10% geringer als 2009.

Zertifizierung nach ISO 14001 für alle direkt verwalteten Lagerstandorte.

Seit 2009 wurden etwa 50% der Lagerstandorte nach ISO 14001 zertifiziert.

Einsatz direkt betreuter intermodaler ein- und ausgehender Transporte von bzw. zu den Ferrero-Produktionsstandorten.

Dieses Ziel ist ein Mittel zur Reduzierung der Treibhausgase und ist daher bereits im Ziel zur Reduzierung der Treibhausgase in der Lieferkette enthalten, es wird daher nicht mehr als noch zu erreichendes Ziel aufgeführt.

Umsetzung eines weltweiten Aktionsplans für das Energiemanagement für direkt verwaltete Lager unter Berücksichtigung des lokalen Kontextes vorhandener und zukünftiger Standorte.

Da dieses Ziel Teil eines allgemeineren im Zusammenhang mit selbst produzierter Energie ist, werden hierzu im Abschnitt „Lieferkette“ keine weiteren Informationen mehr aufgeführt.

Zur Verbesserung unseres Nachhaltigkeitsengagements in den nächsten Jahren wird die Ferrero-Gruppe außerdem ein Projekt mit dem Namen **LODICO** starten (**L**ogistics **D**ata **I**mprovement **C**ollection), mit dem das Datenerfassungsverfahren im Hinblick auf Qualität und Repräsentativität verbessert wird.

Geschäftsreisen

In Bezug auf die durch Dienstreisen verursachten Emissionen hat Ferrero eine interne Untersuchung bei einem breiteren Personenkreis initiiert, um festzustellen, welche Umweltauswirkungen diese (ausgedrückt in CO₂-Emissionen) haben. Im Jahr 2012/2013 wurden Bahn- und Flugreisen der Mitarbeiter der Standorte Frankreich, Deutschland, Italien und Luxemburg erfasst, an denen etwa 56% der Mitarbeiter der Gruppe tätig sind.

Die für die Schätzung berücksichtigten Emissionsfaktoren wurden von den Reisebüros geliefert, mit denen die Ferrero-Gruppe zusammenarbeitet; sofern keine Daten bereitgestellt wurden, wurden die Emissionsfaktoren des GHG Protocol²⁰ verwendet, das für Flugreisen je nach Streckenlänge und Reiseklasse unterschiedliche Koeffizienten vorsieht.

Für das Berichtsjahr wurden die Emissionen auf 13.482,26 t_{eq} CO₂ geschätzt, davon 234,13 t_{eq} CO₂ durch Zugreisen und 13.248,13 t_{eq} CO₂ durch Flugreisen.



²⁰ Für die Schätzung der CO₂-Emissionen im Zusammenhang mit Geschäftsreisen von Ferrero-Mitarbeitern in Italien sowie der Zugreisen der Mitarbeiter von Ferrero OHGmbH in Deutschland und von Industrial Services G.E.I.E, Ferrero International S.A., Ferrero Trading Lux S.A., FSC Luxembourg S.A., Magic Production Group (MPG) S.A. und Soremartec S.A. in Luxemburg wurden die Emissionsfaktoren des GHG Protocol Tools for mobile combustion, Version 2.4 verwendet.

Zugreisen		
Länder	Gesamtzahl der Reisen	CO ₂ (t _{eq}) gesamt
Frankreich Deutschland* Italien Luxemburg	5.433	234,13

* Daten nur für Ferrero OHGmbH

Flugreisen		
Länder	Gesamtzahl der Reisen	CO ₂ (t _{eq}) gesamt
Frankreich Deutschland Italien Luxemburg *	32.802	13.248,13

* Daten lediglich für Ferrero International S.A. und Ferrero Trading Lux. S.A.





Im Fokus: Kinder® Schokolade



Im Fokus: Kinder® Schokolade

Seit mehr als 45 Jahren wird Kinder® Schokolade von Kindern geliebt und genießt das Vertrauen der Eltern



Kinder® Schokolade entstand 1968 aus dem Wunsch heraus, Kindern eine eigens für sie gemachte Schokolade anzubieten. Mit ihrer leckeren Kombination aus Vollmilchschokolade und cremiger Milchfüllung wurde Kinder® Schokolade schnell eines der Lieblingsprodukte von Kindern... und ihren Eltern.

Zu verdanken ist all dies seiner unnachahmlichen Rezeptur, die nach wie vor geheim und immer noch dieselbe ist wie beim allerersten Riegel. Seit mehr als 45 Jahren bereitet Kinder® Schokolade Kindern unter den fürsorglichen Blicken ihrer Eltern Freude.

Auch heute zeichnet sich Kinder® Schokolade durch ihre hohe Qualität aus:

- durch ihren Milchanteil, der 33% ihrer Rezeptur ausmacht;
- im Hinblick auf ihren Geschmack, den Kinder und Eltern in aller Welt sehr schätzen.

In vielen Ländern auf allen Kontinenten erreicht Kinder® Schokolade bei Blindverkostungen Akzeptanzwerte von 4,0 auf einer 5-Punkte-Skala¹.

Was das Image insgesamt betrifft, erzielt Kinder® Schokolade in Ländern mit hoher Relevanz² bei den folgenden abgefragten Items höhere Akzeptanzwerte als vergleichbare Wettbewerbsprodukte³: „ist ein Produkt, das ich/mein/e Sohn/Tochter besonders mögen“ und „schmeckt wirklich lecker“, die beide einer Stichprobe der Gesamtbevölkerung bzw. von Müttern vorgelegt wurden⁴;



- in Bezug auf nachhaltige Beschaffung. Es wird kontinuierlich darauf geachtet, konsequent weltweit Zutaten zu nutzen, die Mensch und Umwelt besser schützen sowie Best Practices kompromisslos umzusetzen.

¹ Dabei gilt: 5=schmeckt sehr gut und 1=schmeckt überhaupt nicht; Länder: Italien, Frankreich, Deutschland, China, Südafrika, Brasilien, USA

² Italien, Frankreich, Deutschland

³ Chocolate Sweet in Between products

⁴ S&E Study 2013 Italien, Frankreich und Deutschland



Kinder® Schokolade ist auf jedem Kontinent, in mehr als 75 Ländern weltweit erhältlich – überall dort, wo Klima und Logistik den Vertrieb der Kinder®-Produkte unter Einhaltung der bestmöglichen Qualitätsbedingungen ermöglichen.

Kinder® Schokolade und die drei Grundprinzipien bei ihrer Herstellung

Bei der Herstellung von Kinder® Schokolade gelten drei Grundprinzipien. Diese reichen von der Qualität bis zur Verantwortung und gewährleisten, dass Kinder® seinem grundlegenden Engagement gerecht wird: die Erwartungen der kleinen und großen Konsumenten immer zu erfüllen.

A. Kinder® wählt seine Zutaten sorgfältig aus, unter Beachtung von Mensch und Umwelt

Bei der Herstellung von Kinder® Schokolade werden sorgfältig ausgewählte Rohstoffe verwendet. Kinder® hält strenge Standards ein, die hohe Qualität garantieren und die Richtlinien der Ferrero-Gruppe zur Einhaltung der guten landwirtschaftlichen Praktiken unterstützen.

Die Beschaffung des für die Produktion von Kinder® Schokolade verwendeten Kakaos erfolgt mit großer Sorgfalt in Westafrika (vor allem Côte d'Ivoire, Ghana und Nigeria) und Ecuador.

Bei der Auswahl der Kakaobohnen werden etwa 30 Qualitätskriterien berücksichtigt, bevor diese zur Verarbeitung in den Ferrero-Werken in Italien und Deutschland versandt werden.

Das Werk in Russland fordert von seinen Lieferanten die Einhaltung äußerst strenger Kriterien.

Nachhaltigkeitszertifizierungen durch Dritte bei Ferreros Kakaobeschaffung



Zu den Zielen von **UTZ Certified** gehören:

- sichere und gesunde Arbeitsbedingungen;
- verantwortungsvoller Einsatz von Pestiziden und Düngemitteln;
- gute landwirtschaftliche Praktiken und landwirtschaftliche Betriebsführung;
- bessere Bildungschancen;
- Sicherheit, dass der von uns gekaufte zertifizierte Kakao auch wirklich von verantwortungsvollen landwirtschaftlichen Betrieben stammt.



Landwirtschaftliche Betriebe, die die Zertifizierung **Rainforest Alliance Certified™** besitzen, unterstützen ein gesundes Umfeld, fördern das Wohlergehen der Arbeiter und ihrer Gemeinschaften und gewährleisten effiziente landwirtschaftliche Methoden. Die Arbeiter der landwirtschaftlichen Betriebe profitieren durch sichere Arbeitsbedingungen, anständige Unterkünfte und medizinische Versorgung, und ihre Kinder haben Zugang zum öffentlichen Bildungssystem. Die Zertifizierung gewährleistet den Schutz des Ökosystems, einschließlich des Lebensraums von Tieren sowie von Wasser und Boden.



Durch die Teilnahme am **Fairtrade**-Kakaoprogramm können Kleinbauern einen größeren Teil ihres Kakao mit dem Fairtrade-Siegel verkaufen. Im Rahmen des Fairtrade-Beschaffungsprogramms hat sich Ferrero verpflichtet, ab 2012/2013 über einen Zeitraum von 3 Jahren 20.000 Tonnen Kakao zu kaufen. Im August 2013 waren bereits 500 Tonnen gekauft.

Zum Engagement der Ferrero-Gruppe gehört, dass 25% des Kakaos zertifiziert nachhaltig sind, mit dem Ziel, bis 2020 einen Prozentsatz von 100% zu erreichen. Analog wird auch das Palmöl, das aus dem Fruchtfleisch der Palmfrucht gewonnen wird, bis Ende 2014 zu 100% als nachhaltig und segregiert RSPO-zertifiziert sein. Der Zucker ist zu 100% GMO-frei.

Ein internationaler Roundtable mit vielen Akteuren...

...darunter Palmölproduzenten, -raffinerien und -händler, NGOs aus dem Bereich Umweltschutz (wie etwa der WWF) und fast 160 Konsumgüterhersteller.

Zweck:

Sicherstellen, dass nachhaltiges Palmöl die Norm ist.

Die wichtigsten Ziele

- Verpflichtung zur Transparenz;
- ökologische Nachhaltigkeit;
- Verantwortung gegenüber Mitarbeitern und lokalen Gemeinschaften.



Weitere Informationen zu den Programmen für eine nachhaltige Beschaffung der Ferrero-Gruppe finden sich in den entsprechenden Kapiteln dieses CSR-Berichts:



S. 144



S. 150



S. 160



S. 162

Milch, eine wesentliche Zutat in der Rezeptur von Kinder® Schokolade, wird ebenfalls mit großer Sorgfalt bei einer begrenzten Zahl von Lieferanten bezogen, vorwiegend aus Deutschland, Italien und Frankreich. Die Ferrero-Gruppe arbeitet mit der Mehrzahl dieser Lieferanten seit Jahren zusammen: Sie werden regelmäßig überprüft, um sicherzugehen, dass sie die strengen Qualitätsanforderungen der Ferrero-Gruppe im Hinblick auf Sicherheit, Geschmack und Frische der Milch einhalten.

Dank der Kooperation mit den Milchlieferanten kann Kinder® bei der Milch eine bessere Qualität und Transparenz gewährleisten und gleichzeitig daran arbeiten, die Standards an den optimalen Verfahrensweisen für die Beschaffung auszurichten.



Im Fokus:

- Die im Werk Stadtallendorf für die Produktion von Kinder® Schokolade verwendete Milch stammt von fünf Lieferanten in Deutschland, die mehr als 70% des Bedarfs liefern, und von vier Lieferanten aus der EU-15⁵.
- Im Werk Alba (Italien) stammen mehr als 50% der für die Produktion von Kinder® Schokolade verwendeten Milch von Inalpi und wird in Italien beschafft. Der Rest stammt von vier Lieferanten aus der EU-15.

B. Produktion in konstanter Qualität

Voraussetzung für die Produktion eines konstant einzigartigen und unnachahmlichen Geschmacks ist, dass tagtäglich und an jedem Standort präzise Produktionsprozesse eingesetzt werden.

Alles beginnt mit dem Rösten der Kakaobohnen, einem sehr sensiblen Prozess, der das Aroma des Endproduktes maßgeblich beeinflusst. Aus diesem Grund werden die für die Herstellung von Kinder® Schokolade bestimmten Kakaobohnen lediglich an zwei Ferrero-Werke in Europa geliefert und dort geröstet. Bei der geringen Menge extern zugekauften Kakaos ist besonderes Fachwissen erforderlich und der entsprechende Lieferant muss strenge, klare technische Spezifikationen einhalten.



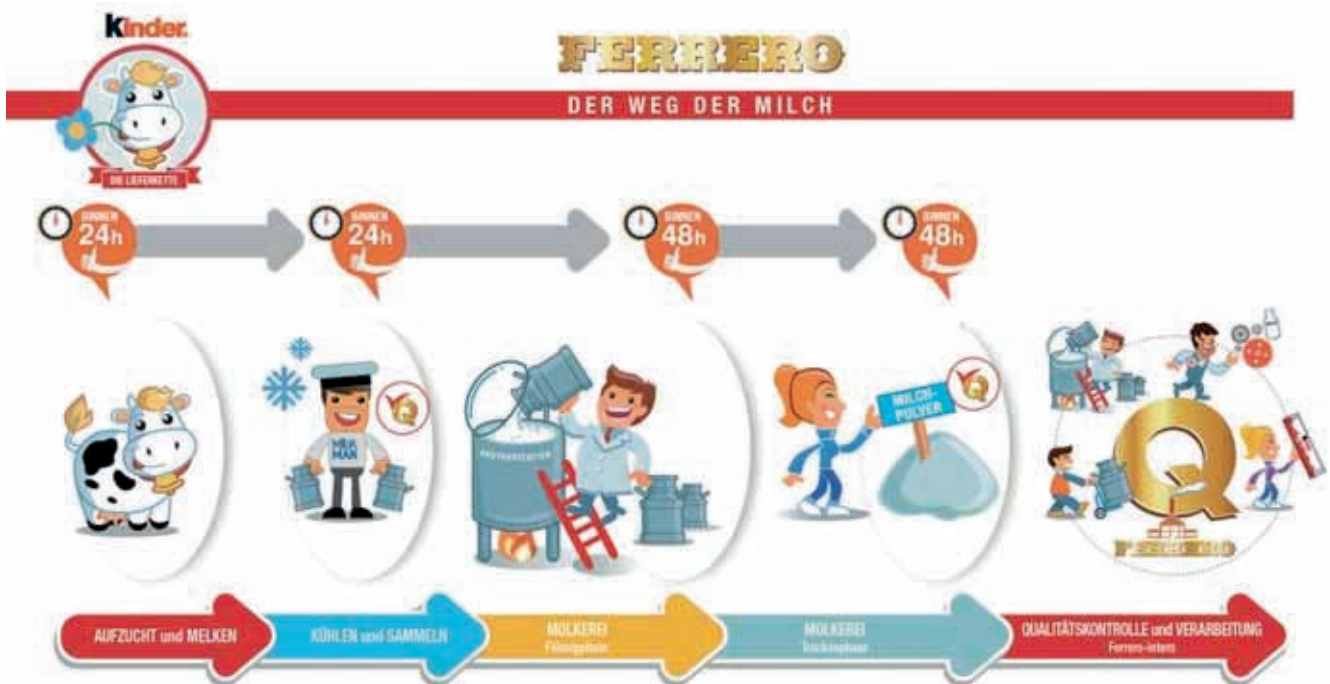
⁵ Die „EU-15“ umfasst folgende Länder: Österreich, Belgien, Dänemark, Finnland, Frankreich, Deutschland, Griechenland, Irland, Italien, Luxemburg, Niederlande, Portugal, Spanien, Schweden und UK.

Im Fokus:

2012/2013 wurden 83% der für die Herstellung von Kinder® Schokolade verwendeten Kakaobohnen von Ferrero in Alba (Italien) oder Stadtallendorf (Deutschland) geröstet. Die übrigen 17% wurden extern zugekauft.

Auch die Milch für Kinder® Schokolade wird mit größter Sorgfalt produziert:

- die Milch beziehen wir direkt von unseren Partner-Molkereien, die nach den strengen Ferrero-Standards ausgewählt werden, um Sicherheit, Frische und Geschmack gleichzeitig zu gewährleisten;
- die flüssige Milch wird innerhalb von 24 Stunden pasteurisiert oder innerhalb von 48 Stunden nach dem Melken zu Milchpulver verarbeitet und dann an die Ferrero-Werke geliefert;
- zusätzlich zu den gemeinsam mit der jeweiligen Molkerei durchgeführten Kontrollen wird jede Milchlieferrung vier Analysen unterzogen: Sichtanalyse, physikalisch-chemische, mikrobiologische und sensorische Analyse;
- darüber hinaus ist das Mindesthaltbarkeitsdatum für Milchpulver kürzer, als es die internationalen Herstellerstandards vorsehen.



An jedem Standort hat sich eine „Kultur des Schmeckens“ entwickelt

Eine Gruppe von Experten verkostet die Rohstoffe bei Lieferung; auch Halb-fertig- und Fertigprodukte werden an den Produktionslinien alle zwei Stunden verkostet.

Und schließlich hat Frische immer Priorität. Kinder® widmet diesem Aspekt große Aufmerksamkeit und verfügt über ein spezielles Team, dessen Aufgabe es ist, die in den Geschäften erhältliche Kinder® Schokolade zu überprüfen. Angesichts der Wärmeempfindlichkeit des Produktes wird, um größtmögliche Frische für den Verbraucher zu garantieren, der monatliche Abverkauf sorgfältig geplant, um den Verkauf in den Sommermonaten in den Geschäften zu reduzieren, in denen die Temperatur nicht kontrolliert wird.

C. Förderung verantwortungsvollen Konsums



Schon immer war Kinder® Schokolade ein Produkt in Einzelportionen, ideal für Eltern, die etwas Genuss in eine ausgewogene Ernährung bringen wollen. Auf den Packungen befinden sich klare, gut sichtbare Nährwertinformationen, die den lokalen gesetzlichen Vorgaben entsprechen.

Mehr zu Ferreros Engagement im Bereich Nährwertinformationen finden sich im Kapitel „Unsere Produkte“.

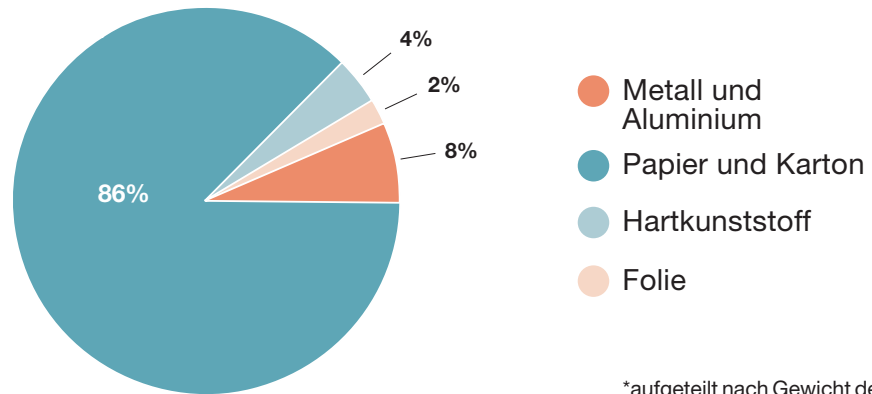
Werbung und Marketing für Kinder® Schokolade entsprechen außerdem auch den Selbstverpflichtungen, die für das gesamte Ferrero-Produktsortiment aufgestellt wurden, wie ebenfalls im Kapitel „Unsere Produkte“ erläutert.

Verbesserung der Ökobilanz

Zwei der drei Werke, in denen Kinder® Schokolade produziert wird, nämlich Alba (Italien) und Stadtallendorf (Deutschland) verfügen über ein nach ISO 14001 zertifiziertes Umweltmanagementsystem.

Das Werk Vladimir (Russland) wird diese Zertifizierung 2015 erhalten.

Verpackungen von Kinder® Schokolade weltweit 2012/2013*



*aufgeteilt nach Gewicht der verwendeten Materialien

Die Verpackung von Kinder® Schokolade stellen durch ihr Design sicher, dass Qualität und Frische des Produktes erhalten werden. Sie ist bei den verschiedenen Produktarten bzw. von Land zu Land verschieden, besteht jedoch vor allem aus Papier und Karton.



Um die Migration von Schadstoffen zu vermeiden, werden für den Teil der Verpackung, der direkt mit dem Produkt in Berührung kommt, nur Primärrohstoffe verwendet. Aber das ist nicht alles: Kinder® hat beschlossen, bis 2014 nur noch Papier aus zertifiziert nachhaltigen Lieferketten zu verwenden.

Und schließlich wird in Kürze ein Pilotprojekt gestartet, um zu prüfen, ob für die sogenannte „Sekundärverpackung“, die nicht direkt mit dem Produkt in Kontakt kommt, erneuerbare Materialien verwendet werden können.

Rückverfolgbarkeit und Sicherheit von Kinder® Schokolade

Ferrero definiert und verwendet für Kinder® Schokolade – wie für alle seine Produkte – strenge Kriterien für Rückverfolgbarkeit, Sicherheit und Qualität. Alle Ferrero-Werke, die Kinder® Schokolade herstellen, sind durch eine externe, unabhängige Einrichtung im Hinblick auf die Qualitätsaspekte nach international anerkannten Standards für Lebensmittelsicherheitssysteme zertifiziert (weitere Informationen dazu finden sich im Kapitel „Unsere Produkte“ im Abschnitt „Qualität und Frische“).

Im Jahr 2012/2013 wurde Folgendes durchgeführt:

- 42.225 Kontrollen⁶ von Rohstoffen und 31.845 Kontrollen von Halbfertigprodukten (Milkschokolade und Kinder®-Füllung);
- 2.492 Kontrollen⁷ von Primärverpackungen, zu denen noch die Kontrollen der Sekundärverpackungen kommen;
- 2.458.179 Kontrollen von Fertigprodukten, also die Kontrollen an den Produktionslinien (Gewicht, Zusammensetzung, optische Mängel) und im Labor (chemisch-physikalische und mikrobiologische Parameter).

Damit Kinder® Schokolade den hohen Ferrero-Geschmacksstandards entspricht, wird neben den Labortests auch eine sensorische Analyse, eine sogenannte „Verkostung“ durchgeführt, bei der abschließend der Geschmack des Produktes in allen seinen Facetten, das Aussehen sowie die Präsentation bewertet werden.

Insgesamt wurden 2012/2013 mehr als 12.000 Verkostungen von Kinder® Schokolade vorgenommen (4.180 pro Werk), also mehr als 50 pro Tag.

⁶ Einschließlich chemische, chemisch-physikalische und mikrobiologische Kontrollen

⁷ Einschließlich sensorischer und Mängelkontrollen

Im selben Zeitraum gab es zu der Packung mit 4 Riegeln (T4) 0,66 Reklamationen pro eine Million Packungen und bei den Packungen mit 8 Riegeln (T8) 1,04 pro eine Million Packungen.

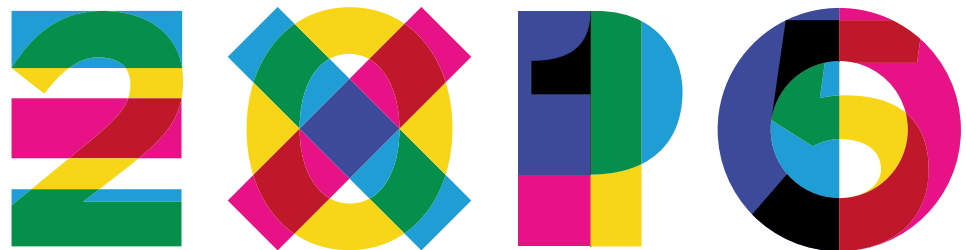




MILANO 2015

Im Fokus: Expo Milano 2015

Official Partner



MILANO 2015

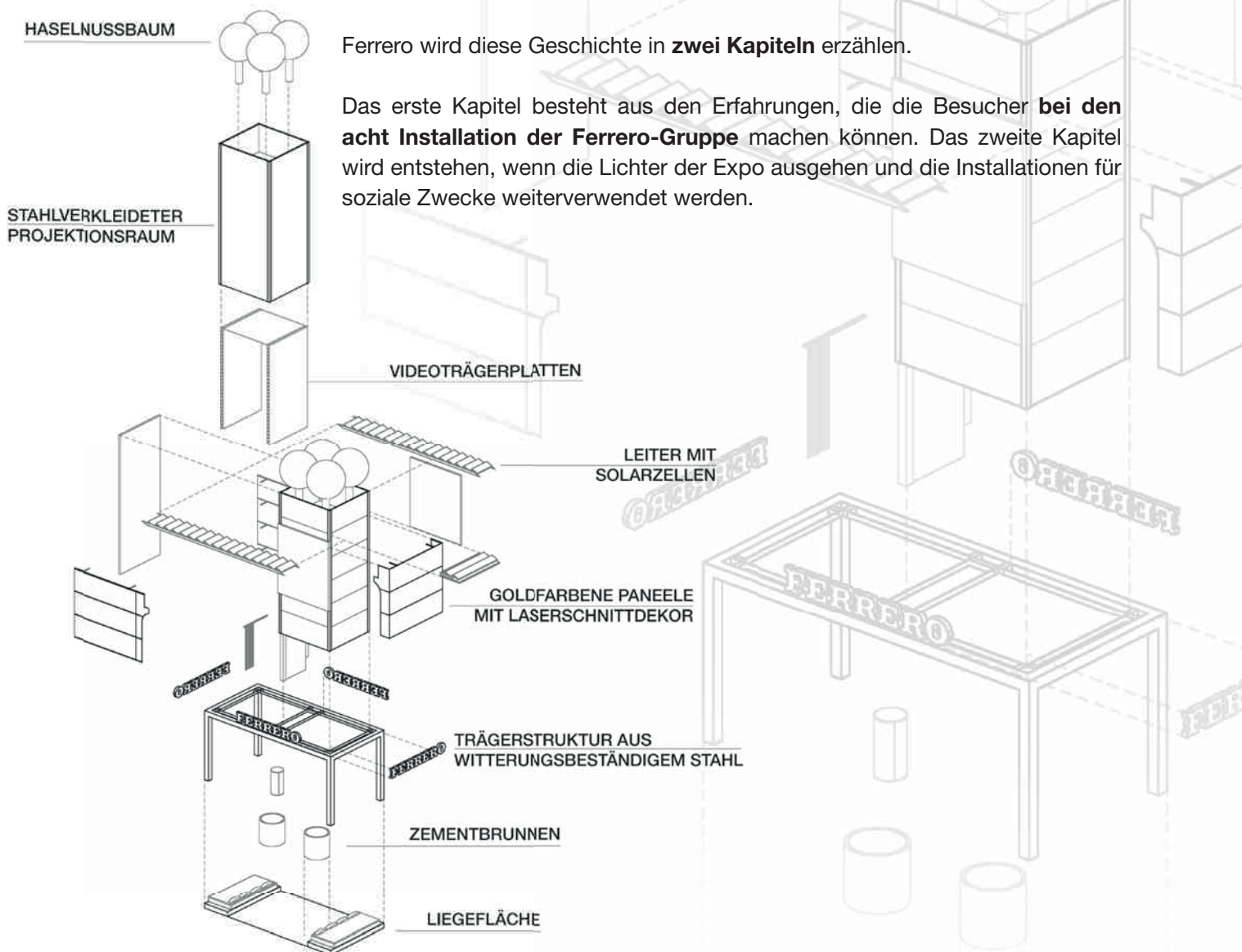
FEEDING THE PLANET
ENERGY FOR LIFE

Im Fokus: Expo Milano 2015 Den Planeten ernähren, Energie für das Leben

Die Ferrero-Gruppe beteiligt sich als „**Confectionery Specialities Official Partner**“ an der Expo Milano 2015 und wird eine Geschichte über die Maßnahmen und Projekte sozialer Verantwortung erzählen, die ihr Handeln prägen. Es handelt sich dabei um Initiativen, die folgende Aspekte in den Mittelpunkt stellen: **die hohe Qualität und den innovativen Charakter der Ferrero-Produkte, die Fürsorge für die Menschen, die die Geschichte der Ferrero-Gruppe bestimmt haben und noch immer bestimmen, das Engagement von Ferrero, Beschäftigung zu schaffen und Bildung und Gesundheit der Kinder in den Schwellenländern zu fördern sowie Programme zur Förderung eines gesunden Lebensstils bei Kindern.**

Ferrero wird diese Geschichte in **zwei Kapiteln** erzählen.

Das erste Kapitel besteht aus den Erfahrungen, die die Besucher **bei den acht Installation der Ferrero-Gruppe** machen können. Das zweite Kapitel wird entstehen, wenn die Lichter der Expo ausgehen und die Installationen für soziale Zwecke weiterverwendet werden.





Die Installationen, mit denen Ferrero bei der Weltausstellung 2015 in Mailand vertreten sein wird, erzählen interaktiv die Themen, die Ferrero wichtig sind.

Die Architektur der Installationen besteht aus Modulen. Der obere Teil besteht aus einer leiterartigen Struktur mit Solarzellen, die die Installation mit Energie versorgen. Acht auf die Struktur gepflanzte Haselnussbäume symbolisieren, dass die Natur uns großzügig ihre Früchte schenkt, wofür wir ihr Wertschätzung entgegenbringen sollten: dies ist sowohl Ferreros Thema, „etwas zurückzugeben“, als auch das Thema der Expo.

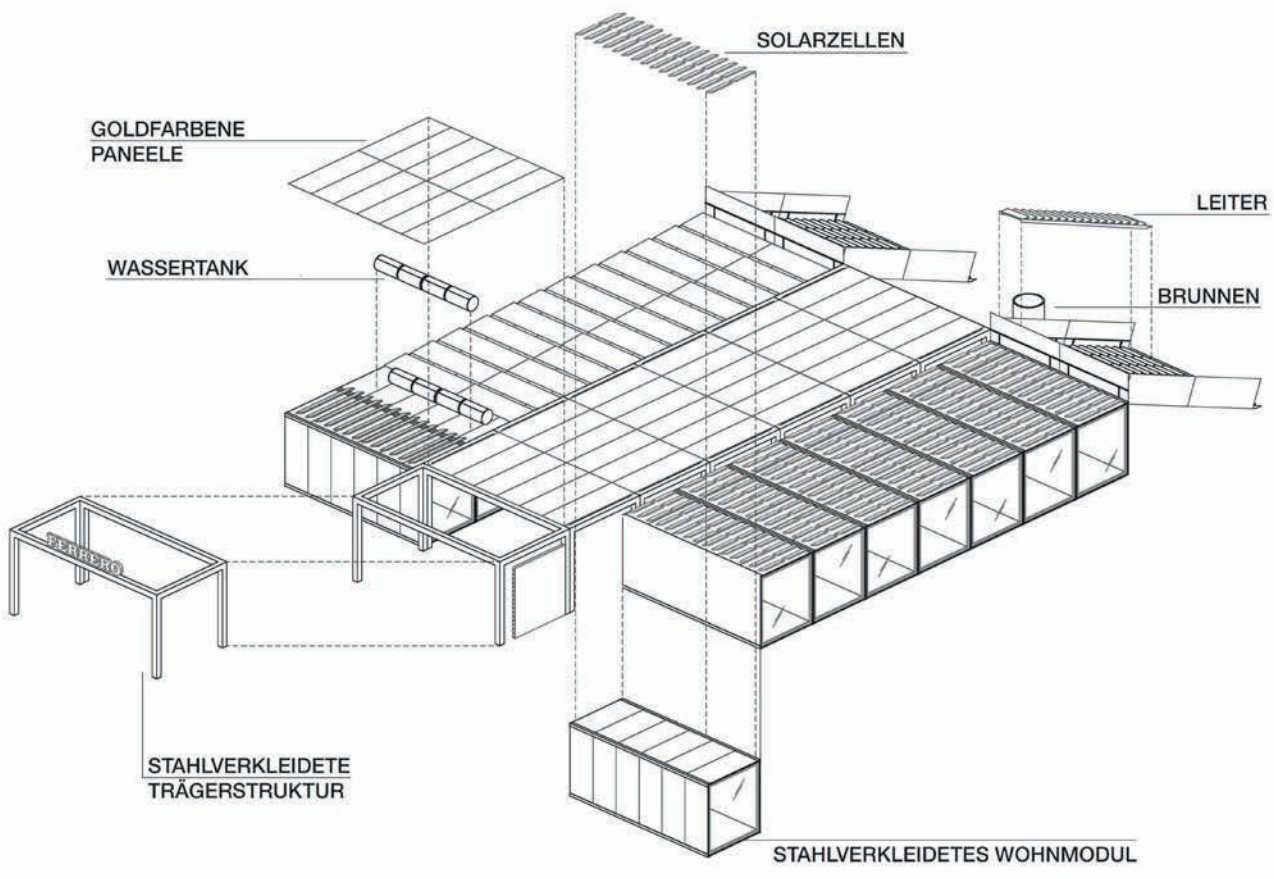
Das Publikum wird auf vielfältige Weise miteinbezogen: von externen Bildschirmen über Video Mapping im Inneren der Struktur bis hin zu „Brunnen“, mit denen die einzelnen Themen vertieft werden können. Diese bieten die Möglichkeit, die Haselnussbäume zu bewässern und einen Beitrag zu deren Wachstum leisten, also die Installation auf eine Weise „ernähren“, die mit dem Motto der Expo übereinstimmt: den Planeten ernähren.

Damit endet das erste Kapitel dieser Geschichte.

Nach der Expo: etwas zurückgeben

Die Installationen, die im ersten Kapitel die Hauptrolle gespielt haben, werden nun neu zusammengesetzt, wodurch im zweiten Kapitel eine ganz andere, unerwartete Geste entsteht: etwas zurückzugeben. Alle Module, aus denen die Installationen der Expo bestehen, werden in die Länder transportiert, in denen Ferrero mit seinen Imprese Sociali präsent ist.

Alle Primärmodule werden neu zusammengesetzt und können dann als Schule, Ausbildungszentrum oder Treffpunkt für eine Gemeinschaft fungieren. Der modulare Charakter erlaubt es, die architektonische Struktur zu wählen, die für den Bestimmungszweck am besten geeignet ist und lässt sich gleichzeitig an die Gegebenheiten des Ortes anpassen, an dem sie aufgestellt wird.



In der Tat sind die zentralen Komponenten der Ferrero-Installationen, die auf der Expo zunächst als Projektionsräume genutzt werden, in Wirklichkeit Wohnmodule, die dann auch für diesen Zweck genutzt werden. Aus den interaktiven Brunnen lässt sich ein richtiger Brunnen bauen, **mit dem Wasser tief unter der Erdoberfläche erreicht werden kann**. Nutzt man alle Solarzellen in einer Anlage, **kann diese die gesamte Struktur mit Energie versorgen**. Und die Trägerstruktur aus Stahl wird schließlich zu einer Eingangshalle, in der Frauen und Männer Schutz finden und sich versammeln können: **Frauen und Männer im Mittelpunkt**.

Der Epilog der Geschichte wird schließlich mit den 64 Haselnussbäumen geschrieben, die über die Dauer der Expo, also 183 Tage, gewachsen sind: Ganz im Sinne des Mottos „**etwas zurückgeben**“ werden sie neben die Fondazione Ferrero und das Werk in Alba gepflanzt, als Anerkennung und als Erinnerung an ein wichtiges Jahr.



GRI Indikatoren

Im Folgenden eine Zusammenfassung wichtiger Indikatoren aus dem CSR Bericht 2013 gemäß der „Sustainability Reporting Guidelines“ (Version 3.1, 2011) und des „Food Processing Sector Supplement (FPSS)“ mit Bezugnahme auf die „OECD Guidelines for Multinationals Enterprises Principles“ und ISO 26000. Die Tabelle gibt für jeden Indikator Folgendes an: eine Zusammenfassung des Inhalts, die entsprechende Stelle im Bericht sowie den Grad der Erfassung:

T = Total; **P** = Partiiell; **NC** = Nicht bedeckt; **NA** = Nicht anwendbar (unter Berücksichtigung der Art der Aktivität oder des Unternehmensstandortes).

GRI-G3.1 & FPSS Disclosure on Management Approach (DMA) or Performance Indicators		OECD Guidelines for Multinational Enterprises Principles	ISO 26000 Core Social Responsibility Subjects & Themes	Level of coverage GRI-G3.1 & FPSS	REFERENCE
PROFILE					
1. Strategy and Analysis					
1.1	Statement from the most senior decision maker of the organization (e.g., CEO, chair, or equivalent senior position) about the relevance of sustainability to the organization and its strategy	n.a	6.2 Organizational governance	T	8-9
1.2	Description of key impacts, risks, and opportunities	n.a	6.2 Organizational governance	T	8-9; 66-69; 94-97; 102-103; 142-143; 164-165; 172-178; 223; 235
2. Organizational Profile					
2.1	Name of the organization	n.a	n.a.	T	96-97
2.2	Primary brands, products, and/or services	n.a	n.a.	T	90-91; 204
2.3	Operational structure of the organization, including main divisions, operating companies, subsidiaries, and joint ventures	n.a	6.2 Organizational governance	T	92-93; 96-97
2.4	Location of organization's headquarters	n.a	n.a.	T	96
2.5	Number of countries where the organization operates, and names of countries with either major operations or that are specifically relevant to the sustainability issues covered in the report	n.a	n.a.	T	92-93
2.6	Nature of ownership and legal form	n.a	n.a.	T	96-97
2.7	Markets served (including geographic breakdown, sectors served, and types of customers/ beneficiaries)	n.a	n.a.	T	92-93; 204-205; 219; 233
2.8	Scale of the reporting organization (number of employees; number of operations; net sale)	n.a	n.a.	T	90; 92-93; 114-117; 216; 230
2.9	Significant changes during the reporting period regarding size, structure, or ownership	n.a	n.a.	T	5; 92-93; 96-97
2.10	Awards received in the reporting period	n.a	n.a.	T	106-111
3. Report Parameters					
Report Profile					
3.1	Reporting period (e.g., fiscal/calendar year) for information provided	n.a	n.a.	T	5
3.2	Date of most recent previous report (if any)	n.a	n.a.	T	5
3.3	Reporting cycle (annual, biennial, etc.)	n.a	n.a.	T	5
3.4	Contact point for questions regarding the report or its contents	n.a	n.a.	T	5
Report Scope and Boundary					
3.5	Process for defining report content	n.a	n.a.	T	5
3.6	Boundary of the report (e.g., countries, divisions, subsidiaries, leased facilities, joint ventures, suppliers). See GRI Boundary Protocol for further guidance	n.a	n.a.	T	5
3.7	State any specific limitations on the scope or boundary of the report. If boundary and scope do not address the full range of material economic, environmental, and social impacts of the organization, state the strategy and projected timeline for providing complete coverage	n.a	n.a.	T	5; 116; 128; 135-136; 172-175; 200-201

GRI-G3.1 & FPSS Disclosure on Management Approach (DMA) or Performance Indicators	OECD Guidelines for Multinational Enterprises Principles	ISO 26000 Core Social Responsibility Subjects & Themes	Level of coverage GRI-G3.1 & FPSS	REFERENCE
3.8 Basis for reporting on joint ventures, subsidiaries, leased facilities, outsourced operations, and other entities that can significantly affect comparability from period to period and/or between organizations	n.a	n.a.	T	5
3.9 Data measurement techniques and the bases of calculations, including assumptions and techniques underlying estimations applied to the compilation of the Indicators and other information in the report. Explain any decisions not to apply, or to substantially diverge from, the GRI Indicator Protocols	n.a	n.a.	T	44-45; 84; 121; 128; 191; 194-195; 200
3.10 Explanation of the effect of any re-statements of information provided in earlier reports, and the reasons for such re-statement (e.g., mergers/acquisitions, change of base years/ periods, nature of business, measurement methods)	n.a	n.a.	T	90; 189; 191
3.11 Significant changes from previous reporting periods in the scope, boundary, or measurement methods applied in the report	n.a	n.a.	T	5; 114; 116
GRI content index				
3.12 Table identifying the location of the Standard Disclosures in the report	n.a	n.a.	T	256-264
Assurance				
3.13 Policy and current practice with regard to seeking external assurance for the report. If not included in the assurance report accompanying the sustainability report, explain the scope and basis of any external assurance provided. Also explain the relationship between the reporting organization and the assurance provider(s)	n.a	7.5.3 Verification	T	5; 266-267
4. Governance, Commitment, Engagement				
Governance				
4.1 Governance structure of the organization, including committees under the highest governance body responsible for specific tasks, such as setting strategy or organizational oversight	n.a	6.2 Organizational governance	T	96
4.2 Indicate whether the Chair of the highest governance body is also an executive officer (and, if so, their function within the organization's management and the reasons for this arrangement)	n.a	6.2 Organizational governance	T	96
4.3 For organizations that have a unitary board structure, state the number and gender of members of the highest governance body that are independent and/or non-executive members. State how the organization defines 'independent' and 'non-executive'. This element applies only for organizations that have unitary board structures. See the glossary for a definition of 'independent'.	n.a	6.2 Organizational governance	T	96
4.4 Mechanisms for shareholders and employees to provide recommendations or direction to the highest governance body	n.a	6.2 Organizational governance	T	96-97
4.5 Linkage between compensation for members of the highest governance body, senior managers, and executives (including departure arrangements), and the organization's performance (including social and environmental performance)	n.a	6.2 Organizational governance	T	96
4.6 Processes in place for the highest governance body to ensure conflicts of interest are avoided	n.a	6.2 Organizational governance	T	96-97
4.7 Process for determining the composition, qualifications, and expertise of the members of the highest governance body and its committees, including any consideration of gender and other indicators of diversity	n.a	6.2 Organizational governance	T	96
4.8 Internally developed statements of mission or values, codes of conduct, and principles relevant to economic, environmental, and social performance and the status of their implementation	n.a	6.2 Organizational governance	T	12-13; 16-19; 22; 30-32; 38-43; 52; 62-63; 66; 68; 78-81; 98-99; 104-105; 142; 145-150; 172-173; 205-210; 216-217 www.ferrero.com/social-responsibility/code-business-conduct www.ferrero.com/code-of-ethics/reliability-trust/
4.9 Procedures of the highest governance body for overseeing the organization's identification and management of economic, environmental, and social performance, including relevant risks and opportunities, and adherence or compliance with internationally agreed standards, codes of conduct, and principles	n.a	6.2 Organizational governance	T	96-97; 98-99; 104-105; 142; 172-173

GRI-G3.1 & FPSS Disclosure on Management Approach (DMA) or Performance Indicators		OECD Guidelines for Multinational Enterprises Principles	ISO 26000 Core Social Responsibility Subjects & Themes	Level of coverage GRI-G3.1 & FPSS	REFERENCE
4.10	Processes for evaluating the highest governance body's own performance, particularly with respect to economic, environmental, and social performance	n.a	6.2 Organizational governance	T	96
Commitments to external initiatives					
4.11	Explanation of whether and how the precautionary approach or principle is addressed by the organization	n.a	6.2 Organizational governance	T	20-21; 104-105; 172-173; 176-178
4.12	Externally developed economic, environmental, and social charters, principles, or other initiatives to which the organization subscribes or endorses	n.a	6.2 Organizational governance	T	5; 19; 22-23; 32-33; 38-41; 105-111; 142; 244-245 www.ferrero.com/social-responsibility/code-business-conduct
4.13	Memberships in associations (such as industry associations) and/or national/international advocacy organizations in which the organization has positions in governance bodies; participates in projects or committees; provides substantive funding beyond routine membership dues; or views membership as strategic	n.a	6.2 Organizational governance	T	101-102
Stakeholder Engagement					
4.14	List of stakeholder groups engaged by the organization	n.a	6.2 Organizational governance	T	98
4.15	Basis for identification and selection of stakeholders with whom to engage	n.a	6.2 Organizational governance	T	98-99
4.16	Approaches to stakeholder engagement, including frequency of engagement by type and by stakeholder group	n.a	6.2 Organizational governance	T	82; 85-86; 98-99; 104-105; 123-124; 143; 152; 154-155; 163; 175; 223-224; 236; 243-245
4.17	Key topics and concerns that have been raised through stakeholder engagement, and how the organization has responded to those key topics and concerns, including through its reporting	n.a	6.2 Organizational governance	T	16-19; 22-23; 32-33; 98-99; 104-105; 142-143; 172-173
SOURCING PERFORMANCE INDICATORS					
DMA SC	Management and verification policies and system	n.a		T	8-9; 16; 18-19; 22-25; 36-39; 69-70; 94-95; 98-99; 104-105; 121; 142-145; 147-151; 153-156; 158-163; 172-173; 176-178; 180-183; 194-199; 206-211; 220-221; 234-235 www.ferrero.com/social-responsibility/code-business-conduct
FP1	Percentage of purchased volume from suppliers compliant with company's sourcing policy	n.a	6.3 Human rights 6.4 Labour practices 6.6 Fair operating practices 6.6.6 Promoting social responsibility in the value chain	T	16; 36; 38-39; 94; 104-105; 142-143
FP2	Percentage of purchased volume which is verified as being in accordance with credible, internationally recognized responsible production standards, broken down by standard	n.a	6.3 Human rights 6.4 Labour practices 6.6 Fair operating practices 6.6.6 Promoting social responsibility in the value chain	T	16; 36; 38-39; 94; 104-105; 142-143; 154; 156
ECONOMIC PERFORMANCE INDICATORS					
DMA EC	Management and verification policies and system	V. Employment and Industrial Relations XI. Taxation	6.2 Organizational governance 6.8 Community involvement and development	T	8-9; 54-57; 60-63; 71-72; 74-75; 83-87; 90; 92-93; 100; 102-103; 114-115; 121-122; 125-126; 138-139; 147-150; 156-159; 172-173; 176-177; 186; 204; 191-192; 216-217; 220-226; 230; 234-235; 238; 246-247
Economic performance					
EC1	Direct economic value generated and distributed, including revenues, operating costs, employee compensation, donations and other community investments, retained earnings, and payments to capital providers and governments	V. Employment and Industrial Relations XI. Taxation	6.8 Community involvement and development 6.8.3 Community involvement 6.8.7 Wealth and income creation 6.8.9 Social investment	T	100
EC2	Financial implications and other risks and opportunities for the organization's activities due to climate change	V. Employment and Industrial Relations XI. Taxation	6.5.5 Climate change mitigation and action	T	176
EC3	Coverage of the organization's defined benefit plan obligations	V. Employment and Industrial Relations XI. Taxation	n.a	T	125

GRI-G3.1 & FPSS Disclosure on Management Approach (DMA) or Performance Indicators		OECD Guidelines for Multinational Enterprises Principles	ISO 26000 Core Social Responsibility Subjects & Themes	Level of coverage GRI-G3.1 & FPSS	REFERENCE
EC4	Significant financial assistance received from government	V. Employment and Industrial Relations XI. Taxation	n.a	T	103
Market Presence					
EC5	Range of ratios of standard entry level wage by gender compared to local minimum wage at significant locations of operation	n.a	6.3.7 Discrimination and vulnerable groups 6.4.4 Conditions of work and social protection 6.8 Community involvement and development	T	121
EC6	Policy, practices, and proportion of spending on locally-based suppliers at significant locations of operation	n.a	6.6.6 Promoting social responsibility in the value chain 6.8 Community involvement and development 6.8.5 Employment creation and skills development 6.8.7 Wealth and income creation	T	71; 102-103; 223; 235
EC7	Procedures for local hiring and proportion of senior management hired from the local community at locations of significant operation	n.a	6.8 Community involvement and development 6.8.5 Employment creation and skills development 6.8.7 Wealth and income creation	T	123
Indirect Economic impacts					
EC8	Development and impact of infrastructure investments and services provided primarily for public benefit through commercial, in kind, or pro bono engagement	n.a	6.3.9 Economic, social and cultural rights 6.8 Community involvement and development 6.8.3 Community involvement 6.8.4 Education and culture 6.8.5 Employment creation and skills development 6.8.6 Technology development and access 6.8.7 Wealth and income creation 6.8.9 Social investment	T	54-57; 60-63; 72; 74-75; 83; 85-87; 102-103; 147-150; 158-159; 186; 224-225; 238; 246-247
EC9	Understanding and describing significant indirect economic impacts, including the extent of impacts	n.a	6.3.9 Economic, social and cultural rights 6.6.6 Promoting social responsibility in the value chain 6.6.7 Respect for property rights 6.7.8 Access to essential services 6.8 Community involvement and development 6.8.5 Employment creation and skills development 6.8.6 Technology development and access 6.8.7 Wealth and income creation 6.8.9 Social investment	P	54-57; 60-63; 72; 74-75; 102; 147-150; 158-159; 172-173; 176; 191-192; 220-221; 222-224; 230; 234-235
ENVIRONMENTAL PERFORMANCE INDICATORS					
DMA EN	Management and verification policies and system	VI. Environment	6.2 Organizational governance 6.5 The Environment	T	8-9; 93; 103; 142-144; 150-153; 172-173; 176-179; 180-181; 183-186; 188-189; 190-192; 194-201; 220-222; 234-236 www.ferrero.com/ social-responsibility/ code-business-conduct
Materials					
EN1	Materials used by weight or volume	VI. Environment	6.5 The Environment 6.5.4 Sustainable resource use	T	93; 144, 150; 195
EN2	Percentage of materials used that are recycled input materials	VI. Environment	6.5 The Environment 6.5.4 Sustainable resource use	T	195
Energy					
EN3	Direct energy consumption by primary energy source	VI. Environment	6.5 The Environment 6.5.4 Sustainable resource use	T	178-179; 189
EN4	Indirect energy consumption by primary source	VI. Environment	6.5 The Environment 6.5.4 Sustainable resource use	T	178-179; 188-189
EN5	Energy saved due to conservation and efficiency improvements	VI. Environment	6.5 The Environment 6.5.4 Sustainable resource use	T	172; 176-179; 184-186; 194; 199; 220-222; 234-235
EN6	Initiatives to provide energy-efficient or renewable energy based products and services, and reductions in energy requirements as a result of these initiatives	VI. Environment	6.5 The Environment 6.5.4 Sustainable resource use	T	172; 176-179; 184-186; 194; 199; 220-222; 234-235
EN7	Initiatives to reduce indirect energy consumption and reductions achieved	VI. Environment	6.5 The Environment 6.5.4 Sustainable resource use	T	172; 179; 184-186; 220-222; 234-235
Water					
EN8	Total water withdrawal by source	VI. Environment	6.5 The Environment 6.5.4 Sustainable resource use	T	180-181
EN9	Water sources significantly affected by withdrawal of water	VI. Environment	6.5 The Environment 6.5.4 Sustainable resource use	T	180-181
EN10	Percentage and total volume of water recycled and reused	VI. Environment	6.5 The Environment 6.5.4 Sustainable resource use	T	180-181
Biodiversity					
EN11	Location and size of land owned, leased, managed in, or adjacent to, protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas	VI. Environment	6.5 The Environment 6.5.6 Protection of the environment & biodiversity, and restoration of natural habitats	T	192

GRI-G3.1 & FPSS Disclosure on Management Approach (DMA) or Performance Indicators		OECD Guidelines for Multinational Enterprises Principles	ISO 26000 Core Social Responsibility Subjects & Themes	Level of coverage GRI-G3.1 & FPSS	REFERENCE
EN12	Description of significant impacts of activities, products, and services on biodiversity in protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas	VI. Environment	6.5 The Environment 6.5.6 Protection of the environment & biodiversity, and restoration of natural habitats	T	192
Emissions, effluents and waste					
EN16	Total direct and indirect greenhouse gas emissions by weight	VI. Environment	6.5 The Environment 6.5.5 Climate change mitigation and action	T	190-191; 199
EN17	Other relevant indirect greenhouse gas emissions by weight	VI. Environment	6.5 The Environment 6.5.5 Climate change mitigation and action	T	200-201
EN18	Initiatives to reduce greenhouse gas emissions and reductions achieved	VI. Environment	6.5 The Environment 6.5.5 Climate change mitigation and action	T	190-192; 198-199; 220-222; 234-235
EN19	Emissions of ozone-depleting substances by weight	VI. Environment	6.5 The Environment 6.5.3 Prevention of pollution	T	190
EN20	NO, SO, and other significant air emissions by type and weight	VI. Environment	6.5 The Environment 6.5.3 Prevention of pollution	NA	<i>Ferrero doesn't produce other significant air emissions.</i>
EN21	Total water discharge by quality and destination	VI. Environment	6.5 The Environment 6.5.3 Prevention of pollution	T	180-181
EN22	Total weight of waste by type and disposal method	VI. Environment	6.5 The Environment 6.5.3 Prevention of pollution	T	182-183
EN23	Total number and volume of significant spills	VI. Environment	6.5 The Environment 6.5.3 Prevention of pollution	T	183
Products and Services					
EN26	Initiatives to mitigate environmental impacts of products and services, and extent of impact mitigation	VI. Environment	6.5 The Environment 6.5.4 Sustainable resource use 6.6.6 Promoting social responsibility in the value chain 6.7.5 Sustainable consumption	T	169; 172-173; 194-197
EN27	Percentage of products sold and their packaging materials that are reclaimed by category	VI. Environment	6.5 The Environment 6.5.3 Prevention of pollution 6.5.4 Sustainable resource use 6.7.5 Sustainable consumption	T	194; 197
Compliance					
EN28	Monetary value of significant fines and total number of non-monetary sanctions for noncompliance with environmental laws and regulations	VI. Environment	6.5 The Environment	T	103
Transports					
EN29	Significant environmental impacts of transporting products and other goods and materials used for the organization's operations, and transporting members of the workforce	VI. Environment	6.5 The Environment 6.5.4 Sustainable resource use 6.6.6 Promoting social responsibility in the value chain	T	199-201; 222; 236
SOCIAL PERFORMANCE INDICATORS					
Labor Practices and Decent Work					
DMA LA	Management and verification policies and system	V. Employment and Industrial Relations	6.2 Organizational governance 6.4 Labour Practices 6.3.10 Fundamental principles and rights at work	T	8-9; 56-57; 60-63; 114-122; 124-135; 138-139; 216; 221, 226-227; 230; 239-241 www.ferrero.com/ social-responsibility/ code-business-conduct www.ferrero.com/code- of-ethics/reliability- trust/
Employment					
LA1	Total workforce by employment type, employment contract, and region, broken down by gender	V. Employment and Industrial Relations	6.4 Labour Practices 6.4.3 Employment and employment relationships	T	114-117; 216; 230
LA2	Total number and rate of new employee hires and employee turnover by age group, gender, and region	V. Employment and Industrial Relations	6.4 Labour Practices 6.4.3 Employment and employment relationships	T	120-121
LA15	Return to work and retention rates after parental leave, by gender.	V. Employment and Industrial Relations	6.4 Labour Practices 6.4.4 Conditions of work and social protection	NC	121 <i>We are going to develop our data collection process by 2014/2015.</i>
Labor/ Management Relations					
LA4	Percentage of employees covered by collective bargaining agreements	V. Employment and Industrial Relations	6.4 Labour Practices 6.4.3 Employment and employment relationships 6.4.4 Conditions of work and social protection 6.4.5 Social dialogue 6.3.10 Fundamental principles and rights at work	T	124

	GRI-G3.1 & FPSS Disclosure on Management Approach (DMA) or Performance Indicators	OECD Guidelines for Multinational Enterprises Principles	ISO 26000 Core Social Responsibility Subjects & Themes	Level of coverage GRI-G3.1 & FPSS	REFERENCE
LA5	Minimum notice period(s) regarding significant operational changes, including whether it is specified in collective agreements	V. Employment and Industrial Relations	6.4 Labour Practices 6.4.3 Employment and employment relationships 6.4.4 Conditions of work and social protection 6.4.5 Social dialogue	T	124
FP3	Percentage of working time lost due to industrial disputes, strikes and/or lock-outs, by country	V. Employment and Industrial Relations	6.4 Labour Practices 6.4.3 Employment and employment relationships 6.4.4 Conditions of work and social protection 6.4.5 Social dialogue	T	124
Health and Safety					
LA7	Rates of injury, occupational diseases, lost days, and absenteeism, and total number of work related fatalities, by region and by gender	V. Employment and Industrial Relations VI. Environment	6.4 Labour Practices 6.4.6 Health and safety at work	P	129 <i>We are going to develop our data collection process by 2014/2015.</i>
LA8	Education, training, counseling, prevention, and risk-control programs in place to assist workforce members, their families, or community members regarding serious diseases	V. Employment and Industrial Relations VI. Environment	6.4 Labour Practices 6.4.6 Health and safety at work 6.8 Community involvement and development 6.8.3 Community involvement 6.8.4 Education and culture 6.8.8 Health	T	56-57; 127; 134-135; 226-227; 239
Training and Education					
LA10	Average hours of training per year per employee by gender, and by employee category	V. Employment and Industrial Relations VI. Environment	6.4 Labour Practices 6.4.7 Human development and training in the workplace	P	131-132; 135 <i>We are going to develop our data collection process by 2014/2015.</i>
LA11	Programs for skills management and lifelong learning that support the continued employability of employees and assist them in managing career endings	V. Employment and Industrial Relations VI. Environment	6.4 Labour Practices 6.4.7 Human development and training in the workplace 6.8.5 Employment creation and skills development	T	60-63; 129-135; 226-227; 239
LA12	Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews, by gender	V. Employment and Industrial Relations VI. Environment	6.4 Labour Practices 6.4.7 Human development and training in the workplace	T	133
Diversity and Equal Opportunity					
LA13	Composition of governance bodies and breakdown of employees per employee category according to gender, age group, minority group membership, and other indicators of diversity	V. Employment and Industrial Relations	6.3.7 Discrimination and vulnerable groups 6.3.10 Fundamental principles and rights at work 6.4 Labour Practices 6.4.3 Employment and employment relationships	T	117-119
Equal Remuneration for Women and Men					
LA14	Ratio of basic salary and remuneration of women to men by employee category, by significant locations of operation	V. Employment and Industrial Relations	6.3.7 Discrimination and vulnerable groups 6.3.10 Fundamental principles and rights at work 6.4 Labour Practices 6.4.3 Employment and employment relationships 6.4.4 Conditions of work and social protection	P	122 <i>We are going to develop our data collection process by 2014/2015.</i>
Human Rights					
DMA HR	Management and verification policies and system	IV. Human Rights	6.2 Organizational governance 6.3 Human Rights 6.3.3 Due Diligence 6.3.4 Human rights risk situations 6.3.6 Resolving grievances 6.6.6 Promoting social responsibility in the value chain	T	8-9; 16-19; 30; 38-39; 103-105; 118; 122-125; 129-130; 138-139; 142-150; 156-159; 164-167 www.ferrero.com/ social-responsibility/ code-business-conduct www.ferrero.com/code- of-ethics/reliability- trust/
Investments and procurement practices					
HR1	Percentage and total number of significant investment agreements and contracts that include clauses incorporating human rights concerns, or that have undergone human rights screening	IV. Human Rights	6.3 Human Rights 6.3.3 Due diligence 6.3.5 Avoidance of complicity 6.6.6 Promoting social responsibility in the value chain	T	16; 39; 104-105; 142; 146-150
HR2	Percentage of significant suppliers, contractors, and other business partners that have undergone human rights screening, and actions taken	IV. Human Rights	6.3 Human Rights 6.3.3 Due diligence 6.3.5 Avoidance of complicity 6.4.3 Employment and employment relationships 6.6.6 Promoting social responsibility in the value chain	T	16; 39; 104-105; 142; 146-150; 156-158
HR3	Total hours of employee training on policies and procedures concerning aspects of human rights that are relevant to operations, including the percentage of employees trained	IV. Human Rights	6.3 Human Rights 6.3.5 Avoidance of complicity	P	103; 129-130

GRI-G3.1 & FPSS Disclosure on Management Approach (DMA) or Performance Indicators		OECD Guidelines for Multinational Enterprises Principles	ISO 26000 Core Social Responsibility Subjects & Themes	Level of coverage GRI-G3.1 & FPSS	REFERENCE
Non-discrimination					
HR4	Total number of incidents of discrimination and corrective actions taken	IV. Human Rights V. Employment and Industrial Relations	6.3 Human Rights 6.3.6 Resolving grievances 6.3.7 Discrimination and vulnerable groups 6.3.10 Fundamental principles and rights at work 6.4.3 Employment and employment relationships	T	103
Freedom of Association and collective Bargaining					
HR5	Operations and significant suppliers identified in which the right to exercise freedom of association and collective bargaining may be violated or at significant risk, and actions taken to support these rights	IV. Human Rights V. Employment and Industrial Relations	6.3 Human Rights 6.3.3 Due diligence 6.3.4 Human rights risk situations 6.3.5 Avoidance of complicity 6.3.8 Civil and political rights 6.3.10 Fundamental principles and rights at work 6.4.3 Employment and employment relationships 6.4.5 Social dialogue	T	16; 39; 104-105; 124-125; 142
Child Labor					
HR6	Operations and significant suppliers identified as having significant risk for incidents of child labor, and measures taken to contribute to the effective abolition of child labor	IV. Human Rights V. Employment and Industrial Relations	6.3 Human Rights 6.3.3 Due diligence 6.3.4 Human rights risk situations 6.3.5 Avoidance of complicity 6.3.7 Discrimination and vulnerable groups 6.3.10 Fundamental principles and rights at work 6.6.6 Promoting social responsibility in the value chain	T	16; 39; 104-105; 142; 145-150; 156-159
Forced and Compulsory Labor					
HR7	Operations and significant suppliers identified as having significant risk for incidents of forced or compulsory labor, and measures to contribute to the elimination of all forms of forced or compulsory labor	IV. Human Rights V. Employment and Industrial Relations	6.3 Human Rights 6.3.3 Due diligence 6.3.4 Human rights risk situations 6.3.5 Avoidance of complicity 6.3.7 Discrimination and vulnerable groups 6.3.10 Fundamental principles and rights at work 6.6.6 Promoting social responsibility in the value chain	T	16; 39; 104-105; 142; 145-150; 156-159
Assessment					
HR10	Percentage and total number of operations that have been subject to human rights reviews and/or impact assessments	IV. Human Rights	6.3 Human Rights 6.3.3 Due diligence 6.3.4 Human rights risk situations 6.3.5 Avoidance of complicity	T	16; 39; 104-105; 142; 145-150; 156-159; 167
Remediation					
HR11	Number of grievances related to human rights filed, addressed and resolved through formal grievance mechanisms	IV. Human Rights	6.3 Human Rights 6.3.6 Resolving grievances	T	39; 103
Society Performance Indicators					
DMA S0	Management and verification policies and system	IV. Human Rights V. Employment and Industrial Relations VI. Environment	6.2 Organizational governance 6.6 Fair Operating Practices 6.8 Community involvement and development	T	8-9; 13; 16; 18-19; 38-39; 40-41-49; 52-63; 72; 74-75; 78-87; 94-95; 101-103; 138-139; 142-150; 156-159; 184-186; 192-196; 205-210; 223-225; 235-238; 246-248 www.ferrero.com/social-responsibility/code-business-conduct
Local Communities					
S01 (FPSS)	Nature, scope, and effectiveness of any programs and practices that assess and manage the impacts of operations on communities, including entering, operating, and exiting	IV. Human Rights V. Employment and Industrial Relations VI. Environment	6.3.9 Economic, social and cultural rights 6.8 Community involvement and development 6.8.3 Community involvement 6.8.9 Social Investment	T	16; 38-39; 48-49; 52-63; 72; 74-75; 83; 85-87; 102; 138-139; 143-150; 156-159; 184-186; 193-196; 205-210; 223; 235
S01 (G3.1)	Percentage of operations with implemented local community engagement, impact assessments, and development programs	IV. Human Rights V. Employment and Industrial Relations VI. Environment	6.3.9 Economic, social and cultural rights 6.8 Community involvement and development 6.8.3 Community involvement 6.8.9 Social Investment	T	38-39; 48-49; 52-63; 66-72; 74-75; 78-87; 102-103; 138-139; 143-150; 156-159; 186; 223-225; 235; 238
S09	Operations with significant potential or actual negative impacts on local communities	IV. Human Rights V. Employment and Industrial Relations VI. Environment	6.3.9 Economic, social and cultural rights 6.5.3 Prevention of pollution 6.5.6 Protection of the environment, biodiversity and restoration of natural habitats 6.8 Community involvement and development	T	102-103; 223; 235
S010	Prevention and mitigation measures implemented in operations with significant potential or actual negative impacts on local communities	IV. Human Rights V. Employment and Industrial Relations VI. Environment	6.3.9 Economic, social and cultural rights 6.5.3 Prevention of pollution 6.5.6 Protection of the environment, biodiversity and restoration of natural habitats 6.8 Community involvement and development	T	102-103; 223; 235

GRI-G3.1 & FPSS Disclosure on Management Approach (DMA) or Performance Indicators		OECD Guidelines for Multinational Enterprises Principles	ISO 26000 Core Social Responsibility Subjects & Themes	Level of coverage GRI-G3.1 & FPSS	REFERENCE
FP4	Nature, scope and effectiveness of any programs and practices (in-kind contributions, volunteer initiatives, knowledge transfer, partnerships and product development) that promote access to healthy lifestyles; the prevention of chronic disease; access to healthy, nutritious and affordable food; and improved welfare for communities in need	IV. Human Rights V. Employment and Industrial Relations VI. Environment	6.8.8 Health	T	18-21; 48-49; 78-87; 246-248
Corruption					
S02	Percentage and total number of business units analyzed for risks related to corruption	VII. Combating Bribery, Bribe Solicitation and Extortion	6.6 Fair Operating Practices 6.6.3 Anti-corruption	T	103
S03	Percentage of employees trained in organization's anti-corruption policies and procedures	VII. Combating Bribery, Bribe Solicitation and Extortion	6.6 Fair Operating Practices 6.6.3 Anti-corruption	P	103 <i>We are going to develop our data collection process by 2014/2015.</i>
S04	Actions taken in response to incidents of corruption	VII. Combating Bribery, Bribe Solicitation and Extortion	6.6 Fair Operating Practices 6.6.3 Anti-corruption	T	103
Public Policy					
S05	Public policy positions and participation in public policy development and lobbying	VII. Combating Bribery, Bribe Solicitation and Extortion	6.6 Fair Operating Practices 6.6.4 Responsible political involvement 6.8.3 Community involvement	T	18-19; 40-41; 101-102; 143; 150-152; 156-159; 244-245
S06	Total value of financial and in-kind contributions to political parties, politicians, and related institutions by country	VII. Combating Bribery, Bribe Solicitation and Extortion	6.6 Fair Operating Practices 6.6.4 Responsible political involvement 6.8.3 Community involvement	T	www.ferrero.com/social-responsibility/code-business-conduct <i>Ferrero does not allow behaviors that, directly or indirectly, offer, promise, give or demand a bribe or other undue improper advantage, with the intention of corruption, to public officials, civil servants, members of their families, and business partners Ferrero does not allow contributions to political parties and or to candidates for public office.</i>
Compliance					
S08	Monetary value of significant fines and total number of non-monetary sanctions for non-compliance with laws and regulations	X. Competition XI. Taxation	6.6 Fair Operating Practices 6.6.3 Anti-Corruption 6.6.7 Respect for property rights 6.8.7 Wealth and income creation	T	103
Products Responsibility Performance Indicators					
DMA PR	Management and verification policies and system	VI. Environment VIII. Consumer Interests	6.2 Organizational governance 6.6 Fair Operating Practices 6.7 Consumer Issues	T	16-20; 22-23; 26-28; 32-37; 39; 40-47; 103-104; 196-197
Customer Health and Safety					
PR1	Life cycle stages in which health and safety impacts of products and services are assessed for improvement, and percentage of significant products and services categories subject to such procedures	VI. Environment VIII. Consumer Interests	6.3.9 Economic, social and cultural rights 6.6.6 Promoting social responsibility in the value chain 6.7 Consumer Issues 6.7.4 Protecting consumers' health & safety 6.7.5 Sustainable consumption	T	16; 18-20; 22-23; 32-37; 104 www.ferrero.com/social-responsibility/code-business-conduct
PR2	Total number of incidents of non-compliance with regulations and voluntary codes concerning health and safety impacts of products and services during their life cycle, by type of outcomes	VI. Environment VIII. Consumer Interests	6.3.9 Economic, social and cultural rights 6.6.6 Promoting social responsibility in the value chain 6.7 Consumer Issues 6.7.4 Protecting consumers' health & safety 6.7.5 Sustainable consumption	T	28; 39; 103
FP5	Percentage of production volume manufactured in sites certified by an independent third party according to internationally recognized food safety management system standards	VI. Environment VIII. Consumer Interests	6.7.4 Protecting consumers' health & safety	T	26-27
FP6	Percentage of total sales volume of consumer products, by product category, that are lowered in saturated fat, trans fats, sodium and added sugars	VI. Environment VIII. Consumer Interests	6.7.5 Sustainable consumption	T	19
FP7	Percentage of total sales volume of consumer products, by product category, that contain increased nutritious ingredients like fiber, vitamins, minerals, phytochemicals or functional food additives	VI. Environment VIII. Consumer Interests	6.7.5 Sustainable consumption	T	19
Product and Service Labeling					
PR3	Type of product and service information required by procedures, and percentage of significant products and services subject to such information requirements	VIII. Consumer Interests	6.7 Consumer Issues 6.7.3 Fair marketing, factual and unbiased information and fair contractual practices 6.7.4 Protecting consumers' health & safety 6.7.5 Sustainable consumption 6.7.6 Consumer service, support and complaint and dispute resolution 6.7.9 Education and awareness	T	46-47; 196-197

GRI-G3.1 & FPSS Disclosure on Management Approach (DMA) or Performance Indicators		OECD Guidelines for Multinational Enterprises Principles	ISO 26000 Core Social Responsibility Subjects & Themes	Level of coverage GRI-G3.1 & FPSS	REFERENCE
FP8	Policies and practices on communication to consumers about ingredients and nutritional information beyond legal requirements	VIII. Consumer Interests	6.7.5 Sustainable consumption	T	46-47
Marketing communication					
PR6	Programs for adherence to laws, standards, and voluntary codes related to marketing communications, including advertising, promotion, and sponsorship	VIII. Consumer Interests	6.7 Consumer Issues 6.7.3 Fair marketing, factual and unbiased information and fair contractual practices 6.7.6 Consumer service, support and complaint and dispute resolution 6.7.9 Education and awareness	T	40-46
PR7	Total number of incidents of non-compliance with regulations and voluntary codes concerning marketing communications, including advertising, promotion, and sponsorship by type of outcomes	VIII. Consumer Interests	6.7 Consumer Issues 6.7.3 Fair marketing, factual and unbiased information and fair contractual practices 6.7.6 Consumer service, support and complaint and dispute resolution 6.7.9 Education and awareness	T	41-45
Compliance					
PR9	Monetary value of significant fines for noncompliance with laws and regulations concerning the provision and use of products and services	VIII. Consumer Interests	6.7 Consumer Issues 6.7.6 Consumer service, support and complaint and dispute resolution	T	39; 103
ANIMAL WELFARE PERFORMANCE INDICATORS					
DMA AW	Management and verification policies and system	n.a.	4.4 Ethical behavior 6.5.6 Protection of the environment, biodiversity and restoration of natural habitats 6.7.5 Sustainable consumption	T	16; 104-105; 161-163; 208-209 www.ferrero.com/social-responsibility/code-business-conduct
Breeding and Genetics					
FP9	Percentage and total of animals raised and/or processed, by species and breed type	n.a.	4.4 Ethical behavior 6.5.6 Protection of the environment, biodiversity and restoration of natural habitats 6.7.5 Sustainable consumption	NA	<i>Ferrero doesn't roast or process animals.</i>
Animal Husbandry					
FP10	Policies and practices, by species and breed type, related to physical alterations and the use of anaesthetic	n.a.	4.4 Ethical behavior 6.5.6 Protection of the environment, biodiversity and restoration of natural habitats 6.7.5 Sustainable consumption	NA	<i>Ferrero doesn't roast or process animals.</i>
FP11	Percentage and total of animals raised and/or processed, by species and breed type, per housing type	n.a.	4.4 Ethical behavior 6.5.6 Protection of the environment, biodiversity and restoration of natural habitats 6.7.5 Sustainable consumption	NA	<i>Ferrero doesn't roast or process animals.</i>
FP12	Policies and practices on antibiotic, anti-inflammatory, hormone, and/or growth promotion treatments, by species and breed type	n.a.	4.4 Ethical behavior 6.5.6 Protection of the environment, biodiversity and restoration of natural habitats 6.7.5 Sustainable consumption	NA	<i>Ferrero doesn't roast or process animals.</i>
Transportation, Handling, and Slaughter					
FP13	Total number of incidents of non-compliance with laws and regulations, and adherence with voluntary standards related to transportation, handling, and slaughter practices for live terrestrial and aquatic animals	n.a.	4.4 Ethical behavior 6.5.6 Protection of the environment, biodiversity and restoration of natural habitats 6.7.5 Sustainable consumption	NA	<i>Ferrero doesn't roast or process animals.</i>



Statement GRI Application Level Check

GRI hereby states that **Ferrero International S.A.** has presented its report "Sharing Values to Create Value" (2014) to GRI's Report Services which have concluded that the report fulfills the requirement of Application Level A+.

GRI Application Levels communicate the extent to which the content of the G3.1 Guidelines has been used in the submitted sustainability reporting. The Check confirms that the required set and number of disclosures for that Application Level have been addressed in the reporting and that the GRI Content Index demonstrates a valid representation of the required disclosures, as described in the GRI G3.1 Guidelines. For methodology, see www.globalreporting.org/SiteCollectionDocuments/ALC-Methodology.pdf

Application Levels do not provide an opinion on the sustainability performance of the reporter nor the quality of the information in the report.

Amsterdam, 24 July 2014

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Ásthildur Hjaltadóttir".

Ásthildur Hjaltadóttir
Director Services
Global Reporting Initiative



The "+" has been added to this Application Level because Ferrero International S.A. has submitted (part of) this report for external assurance. GRI accepts the reporter's own criteria for choosing the relevant assurance provider.

The Global Reporting Initiative (GRI) is a network-based organization that has pioneered the development of the world's most widely used sustainability reporting framework and is committed to its continuous improvement and application worldwide. The GRI Guidelines set out the principles and indicators that organizations can use to measure and report their economic, environmental, and social performance. www.globalreporting.org

Disclaimer: Where the relevant sustainability reporting includes external links, including to audio visual material, this statement only concerns material submitted to GRI at the time of the Check on 16 July 2014. GRI explicitly excludes the statement being applied to any later changes to such material.

Review report on the corporate social responsibility report

To the board of directors
of Ferrero International S.A.

1. We have reviewed the corporate social responsibility report (the “sustainability report”) of the Ferrero Group (the “Group”) as of August 31st, 2013. The directors of Ferrero International S.A. are responsible for the preparation of the sustainability report in accordance with the “*Sustainability Reporting Guidelines*” (version G3.1, 2011) and “*Food Processing Sector Supplement*” both issued by GRI – *Global Reporting Initiative*, as set out in the paragraph “about this report”. The directors are also responsible for the definition of the Group’s objectives regarding the sustainability performance and the reporting of the achieved results. The directors are also responsible for the identification of stakeholders and of significant aspects to report, as well as for the implementation and maintenance of appropriate management and internal control processes with reference to data and information presented in the sustainability report. Our responsibility is to issue this report based on our review.
2. We conducted our work in accordance with the criteria for review engagements established by the “*International Standards Engagement 3000 – Assurance Engagement other than Audits or Reviews of Historical Financial Information*” (“*ISAE 3000*”), issued by the *International Auditing and Assurance Standards Board*. That standard requires the compliance with ethical principles (“*Code of Ethics of Professional Accountants*” issued by the *International Federation of Accountants*), including independence requirements, and that we plan and perform the engagement to obtain limited assurance about whether the report is free from material misstatement. A limited assurance engagement on the sustainability report consists of making inquiries, primary with persons responsible for the preparation of the information included in the sustainability report, analysing the sustainability report and applying other evidence gathering procedures, as appropriate. The performed procedures are summarized as follows:
 - comparing the economic and financial information and data included in the paragraph “Ferrero Group” of the sustainability report with those included in the Group’s consolidated financial statements as of August 31st, 2013, on which Deloitte Audit Société à responsabilité limitée issued the auditor’s report dated February 14th, 2014;
 - analysing how the processes underlying the generation, recording and management of quantitative data included in the sustainability report operate. In particular, we have performed the following procedures:
 - interviews and discussions with delegates of Ferrero Group, to gather information on the information, accounting and reporting systems used in preparing the sustainability report, as well as on the internal control procedures supporting the gathering, aggregation, processing and transmittal of data and information to the department responsible for the preparation of the sustainability report;

Bologna Bari Firenze Genova Milano Roma Torino Padova

Sede Legale: Via Tortona, 25 – 20144 Milano

Capitale Sociale: sottoscritto e versato Euro 34.000,00 – deliberato Euro 50.000,00

Codice Fiscale/Registro delle Imprese Milano n. 05059250158 – R.E.A. Milano n. 1105593

Partita IVA: IT 05059250158

Member of Deloitte Touche Tohmatsu Limited



- analysis, on a sample basis, of the documentation supporting the preparation of the sustainability report, in order to gather the evidence of processes in place, their adequacy, and that the internal control system correctly manages data and information in connection with the objectives described in the sustainability report;
- analysing the compliance of the qualitative information included in the sustainability report and its overall consistency in relation to the guidelines referred to in paragraph 1 of this review report, in particular with reference to the sustainability strategy and policies and the determination of significant aspects for each stakeholder category;
- analysing the stakeholder involvement process, in terms of methods used and completeness of persons involved, through analysis of the minutes of the meetings or any other available information about the significant features identified in the stakeholder involvement process;
- obtaining the representation letter signed by the legal representative of Ferrero International S.A. on the compliance of the sustainability report with the guidelines referred to in paragraph 1 and on the reliability and completeness of the information and data contained therein.

A review is less in scope than an audit carried out in accordance with ISAE 3000, and, therefore, does not enable us to obtain assurance that we would become aware of all significant matters and events that might be identified in an audit.

For the data and information relating to the sustainability report of the prior year presented for comparative purposes, reference should be made to our review report dated July 9th, 2013.

3. Based on the procedures performed, nothing has come to our attention that causes us to believe that the sustainability report of the Ferrero Group as of August 31st 2013 is not prepared, in all material respects, in accordance with the “*Sustainability Reporting Guidelines*” (version G3.1, 2011) and “*Food Processing Sector Supplement*” both issued by GRI – *Global Reporting Initiative*, as set out in the paragraph “about this report”.

Milan, July 30th, 2014

DELOITTE ERS – Enterprise Risk Services S.r.l.

Franco Amelio

Partner

Corporate Responsibility Services

This report has been translated into the English language solely for the convenience of international readers.

FERRERO

Ferrero CSR Office
P.le Pietro Ferrero, 1
12051 Alba (CN)
Italy

csr@ferrero.com
www.ferrerocsr.com

Gedruckt auf FSC-Papier



